

长江经济带城镇居民文化消费影响 因素实证研究

吴祥圣

【摘要】文化作为一种精神力量，在社会和个人发展的过程中起着重要作用。文化产业作为国民经济的组成部分，推进其发展对培育经济发展新动力、构建我国产业新体系具有重要意义。随着我国消费者消费水平的提升，文化产业的发展，文化消费环境的改善，文化消费井喷已然成为经济新常态下的一种符号。文化消费水平提升在满足消费者精神需求的同时，正在以一种全新的方式构建我国经济发展新格局，对经济发展、国家战略实现产生重要影响。但是，文化消费在我国处于发展阶段，仍存在文化市场供求失衡、文化消费地区差异较大等问题。因此，探究文化消费水平影响因素，对提升我国文化消费水平，发展文化产业，实现文化强国的战略目标具有重要意义。

我国经济发展进入新常态。面对传统人口红利逐渐消失和要素资源供给约束日益加剧等问题，提升文化消费水平，调整我国消费结构成为引领经济新常态的有力举措。长江经济带作为我国经济建设中重要的开发轴线，覆盖我国东、中、西三大经济区域，提升长江经济带文化消费水平，对带动区域经济发展，加速区域经济转型，打造可持续、绿色的经济增长点具有重要意义。基于此，本文以长江经济带的八个省份和两个直辖市为研究样本，运用面板数据回归模型，对2000-2016年长江经济带城镇居民文化消费影响因素进行了实证分析。建立全样本回归模型，从整体上长江经济带城镇居民文化消费影响因素进行了实证分析；建立变系数回归模型，对各省市城镇居民文化消费影响因素进行了实证分析，并对区域差异进行了对比分析。

本文的实证研究结果表明：（1）城镇居民人均可支配收入对长江经济带各省份和直辖市城镇居民文化消费影响具有显著正向作用，且影响程度从下游到上游呈递减趋势；（2）人均文化事业费投入仅对长江经济带中四川、贵州、重庆影响具有正向作用，对其余省市都没有显著影响；（3）文娱价格指数对长江经济带各省份和直辖市城镇居民文化消费影响具有显著负向作用，且影响程度从下游到上游呈递减趋势；（4）文化水平程度对长江经济带各省份和直辖市城镇居民文化消费具有显著正向作用，且影响程度从下游到上游呈递增趋势。最后，根据本文的研究结果，提出相关政策建议：（1）促进长江经济带经济发展，提高城镇居民可支配收入水平；（2）完善文化基础设施建设，促进区域协同发展；（3）加强文化价格调控，完善市场竞争机制；（4）完善教育体制建设，加强文化消费宣传。

【关键词】长江经济带；城镇居民；文化消费

第一章 绪论

一、研究背景

文化是一个国家的精髓和血脉，它代表着一国国民的内涵和精神面貌，推动着一个国家精神文明的前进，引领着时代潮流。加强我国社会主义文化建设可以从整体上提升国民的素质和精神面貌。党的十九大指出新时代的主要矛盾已经由物质生活需要

改变为美好生活需要¹，这反映了人们的需求正在发生转变，由基础物质需求逐渐改变为精神需求，这里的精神需求与文化产业提供的文化产品密切相关。一个国家的经济发展离不开文化产业的支持，特别是在国民经济不断提升时，人们除了追求高水平的物质标准，更加看重消费时的情感体验，即精神类消费品。这使得文化产业受到很多关注和重视，该产业也因此不断壮大和蓬勃发展，在促进我国经济水平提升的过程中发挥着举足轻重的作用。

文化产业不是孤立存在的，一个产业的发展需要广阔的市场作为保证，而广阔的市场意味着充足的消费需求，因此文化消费是文化产业发展的前提。文化消费在促进文化产业升级的同时，可以刺激我国居民需求的增长，进而促进经济水平的提升，因此，文化消费可以显著地推动国民经济的发展。党的十八大强调了扩大内需的重要性，使消费需求得到持续不断的扩大。²党的十九大指出消费对于经济发展具有基础性作用³，这相当于再次强调了消费在我国经济发展中具有重要的战略地位。消费需求的范围很广，文化消费需求是其中的关键一员，因为文化消费具有良好的发展前景和宽广的上升空间。它在带动文化产业蓬勃发展的同时能够扩大消费需求，因此文化消费可以给居民消费需求提供源源不断的动力。随着我国经济社会发展步入“新常态”，居民文化消费也呈现出新的发展态势，主要表现在以下两方面：第一，文化消费需求与消费总量大幅度上升。根据统计年鉴的数据。⁴2004至2016年我国文化及相关产业增加值由3440亿元增长到30785亿元，12年间该指标绝对值增加了27345亿元，增幅比例约为795%。同时，12年间该增加值占GDP的比重由2.15%增至4.14%。第二，文化消费的渠道方式逐渐多样化。一大批互联网企业迅速崛起，这些企业所提供的服务已经潜移默化地融入了居民的日常生活，在给居民生活提供便利的同时，也在逐渐改变着人们的生活方式。人们通过手机或者电脑就可以在互联网平台上完成消费，这个过程由于随时随地都可以完成，因而非常快捷，这在一定程度上刺激了人们的消费需求。这些需求当中包含着许多文化消费需求，例如网上订购演唱会门票。虽然近年来我国文化消费需求不断扩大，文化产业增加值的增速明显，但我国文化消费数额仍然较小，没有达到预期水平。根据国际经济学家的研究结论，当人均国内生产总值达到3000美元时，居民消费总支出中大约有五分之一是文化消费支出。根据相关统计年鉴的数据⁵，2016年人均国内生产总值为53980元，已经远远高于了3000美元，然而2016年全国居民人均消费支出为17110.7元，其中人均文化消费支出为1915.3元，仅仅占居民人均消费支出的十分之一左右，这种现象与学者的研究结果相矛盾，说明我国的文化消费水平比较落后。从另一个角度来说，我国的文化消费水平存在着巨大的上升空间和发展潜力。

长江经济带是指长江流域的省和直辖市形成的经济区域，该区域的跨度很广，分为下游省市、中游省份和上游省市。⁶长江经济带已发展成为我国综合实力最强、战略支撑作用最大的区域之一，在促进经济发展方面具有举足轻重的地位。2014年，我国出台《关于依托黄金水道推动长江经济带发展的指导意见》，该文件旨在促进该经济带内部协调发展，扩大长江经济带在我国的影响力。在经济发展的同时，还要求长江经济带区域做好生态保护措施，在不影响该区域生态环境的前提下进行发展。2016年，我国出台了《长江经济带发展规划纲要》⁷，该文件细致地描述了长江经济带的发展方向，包括保护沿线生态环境构建生态文明、完成该区域产业结构的升级、促进三大区域的联动协调发展、推动该区域城镇化发展等方面，这说明国家对于长江经济带的发展寄予厚望。文化产业对于一个地区乃至一个国家的经济发展都会起到重要作用，因此对于长江经济带来说，着重发展文化产业，能够加快该区域产业结构调整和优化，也有利于沿线省和直辖市的环境保护，这与国家出台的相关政策性文件相呼应。由于文化消费可以带动文化产业的发展和升级，因此需要着眼于长江经济带各省和直辖市的文化消费情况，研究该区域居民文化消费水平的影响因素，进而找出促进长江经济带居民文化消费发展的措施。

¹人民网，<http://theory.people.com.cn/n1/2017/1201/c40531-29680137.html>。

²人民网，<http://cpc.people.com.cn/ri/2013/0104/c87228-20079814.html>。

³人民网，<http://theory.people.com.cn/n1/2017/1219/c40531-29715125.html>。

⁴数据来源：《文化及相关产业统计年鉴2017》

⁵数据来源：《中国统计年鉴2017》

⁶下游省市：江苏省、上海市、安徽省、浙江省；中游省份：湖北省、湖南省、江西省；上游省市：重庆市、云南省、贵州省、四川省

⁷中国政府网：http://www.gov.cn/xinwen/2016-09/12/content_5107501.htm。

二、研究目的与意义

（一）研究目的

近年来,文化产业作为朝阳产业,在促进地区乃至国家经济发展中发挥着举足轻重的作用,着重发展文化产业,可以加快我国产业结构调整和优化。发展文化产业最终要落实到文化消费上去,因为消费是一个产业发展、规范、升级的核心动力和保证。研究文化消费的影响因素,找出促进文化消费水平提高的方法,才能带动文化产业的发展和升级。长江经济带涵盖我国东中西三大区域的九省两市,跨度大、覆盖范围广,同时,国家陆续出台一系列政策以促进长江经济带的经济发展,足以见得该区域的经济对于我国国民经济整体提升的重要性。因此,研究如何促进长江经济带城镇居民文化消费水平的发展,可以促进该区域文化产业的提升,进而带动长江经济带的经济水平,与国家政策遥相呼应。

（二）研究意义

以往学者们的研究大多着眼于微观角度,例如专注于一个省甚至一个市区的文化产业,研究当地居民文化消费的结构合理性和影响因素。还有一部分学者着眼于宏观角度,例如以我国的所有省和直辖市为背景,研究我国整体文化产业或者文化消费水平的影响因素。本文将视角落在长江经济带上,该区域相对于单独的一个省或者市区,具有覆盖面广、辐射性强的特点,研究该区域城镇居民文化消费的影响因素,提出有利于促进该区域文化消费提升的建议和措施,从而带动该经济带的文化产业、文化消费,可以提升东中西区域的经济水平,因此受益方众多、普及度高。同时,该区域相对于我国整体来说,又在覆盖面上显得专一、不宽泛。因为该区域虽然涉及十一个省和直辖市,但这些区域内部之间互相关联,东中西三大区域可以发挥联动、整合作用,因此可以看成是一个整体。同时长江经济带具有浓厚的政策性、经济性意义,研究该区域城镇居民文化消费的影响因素不仅可以补充以前学者对各区域文化消费影响因素的研究,还可以丰富文化消费理论,为我国文化产业等相关领域的研究提供借鉴与参考,还可以为国家建设中对于文化产业相关领域的理论研究出谋划策、贡献自己的绵薄之力。

本文以长江经济带的八个省份和两个直辖市为研究对象,运用面板数据回归模型,对 2000-2016 年长江经济带城镇居民文化消费影响因素进行实证分析:在整体上长江经济带城镇居民文化消费影响因素进行了实证分析的基础上对各省市区城镇居民文化消费影响因素进行实证分析,基于实证结果提出政策建议。具体内容分为以下六部分:

第一章:绪论。本章从研究背景出发:首先,介绍研究目的与意义;其次,阐述研究内容、思路、方法;最后,指出本文创新点。

第二章:理论基础与文献综述。首先,确定文化消费相关概念界定及其分类,对相关消费理论进行梳理;然后对国内外学者关于文化消费影响因素相关研究进行梳理;最后对现有的国内外相关研究成果进行客观评述。

第三章:长江经济带城镇居民文化消费现状分析:从文化消费需求现状、文化消费供给现状、文化产品价格现状、文化政策性投入现状四方面对 2000-2016 年长江经济带城镇居民文化消费现状进行分析,并找出存在的问题。

第四章:指标选取、数据来源与研究方法。首先,确定本文长江经济带城镇居民文化消费影响因素相关指标选取,并阐述指标含义;其次,简要阐述面板数据模型,并构建本文模型;最后,明确数据来源。

第五章:实证分析。首先,对选取指标进行描述性统计;其次,对评价指标体系进行相关性检验和平稳性检验;最后,建立全样本回归模型,从整体上长江经济带城镇居民文化消费影响因素进行实证分析;建立变系数回归模型,对各省市区城镇居民文化消费影响因素进行实证分析。

第六章：研究结论与政策建议。根据实证结果提出研究结论，并根据研究结论提出提升长江经济带城镇居民文化消费水平的政策建议。

四、研究思路与方法

（一）研究思路

本文对 2000-2016 年长江经济带城镇居民文化消费影响因素进行了进行定性和定量研究。首先，对本文的研究背景、意义、框架简单介绍，阐述提升文化消费对培育我国经济发展新动力、构建产业新体系的重要意义；其次，界定文化消费及其分类，阐述相关消费理论、梳理相关国内外研究，对长江经济带城镇居民文化消费现状分析。最后，通过选取居民文化消费影响因素指标，构建面板数据模型，对长江经济带城镇居民文化消费影响因素进行实证分析，并基于实证结果提出相关结论，对提升长江经济带城镇居民文化消费水平提出政策建议。具体的研究框架如图 1-1 所示。

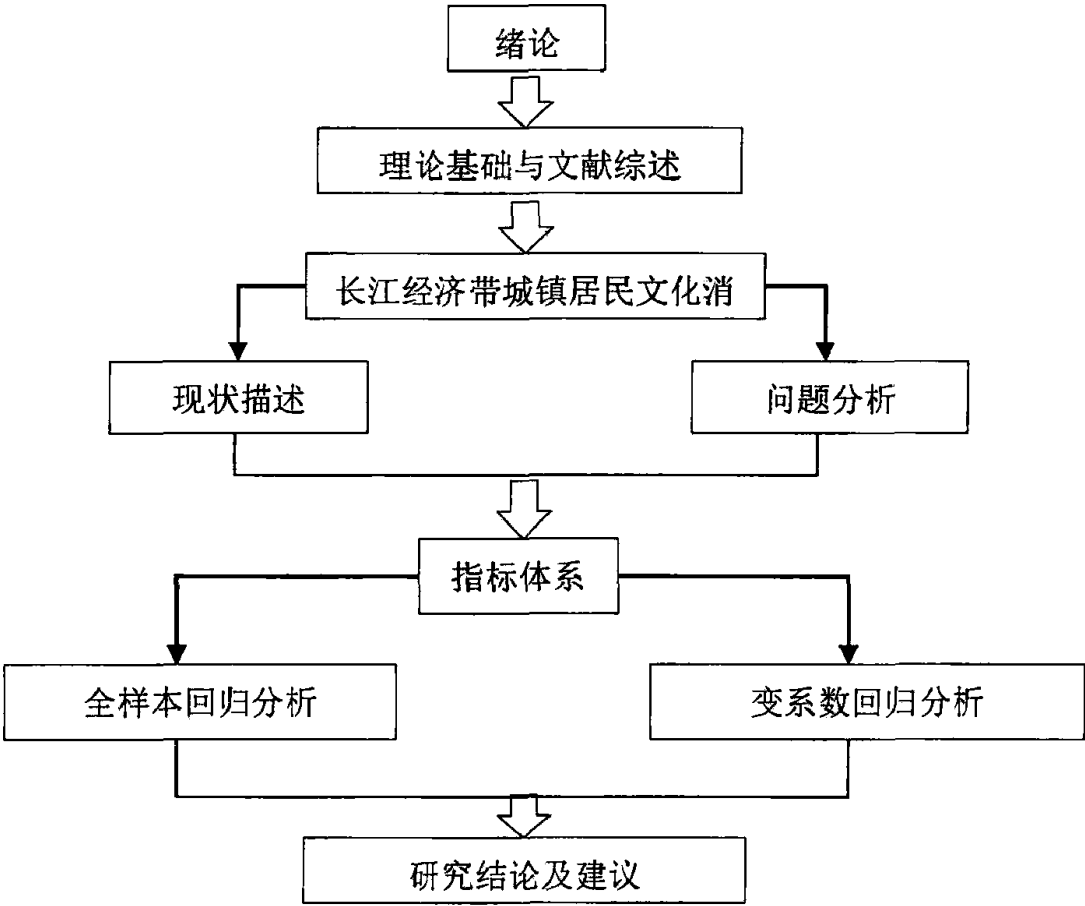


图 1-1 研究框架

（二）研究方法

本文从定性和定量两个角度对研究内容进行分析，具体的研究方法如下：

第一是文献研究法。在研究长江经济带城镇居民文化消费之前，大量搜集整理与文化产业、文化消费相关的国内外资料和

文献。对这些文献的研究方向进行分类，同时对这些文章的研究结论进行概括，提取出相似和不同之处，为本文的分析提供借鉴和指导。

第二是实证研究法。一方面，运用 stata14.0, 选取 10 个省市 2000–2016 年的相关指标进行描述性统计，反映长江经济带各省市文化消费相关指标在 16 年间的大体情况。接着对这些数据运用 Pearson 相关系数进行相关性分析，以检验各个指标之间是否存在多重共线性。最后对这些数据进行平稳性检验，因为这些面板数据可能存在非平稳性，如果没有检验出来，会出现伪回归的现象。另一方面，在对数据完成了分析、检验以后，建立全样本回归模型，根据 F 检验和豪斯曼检验的结果选取合适的模型，对长江经济带涵盖的省市进行整体回归分析，最后针对每个省市进行变系数回归分析，单独研究每个省市文化消费的影响因素。

第三是比较分析法。运用变系数回归模型，分析每个省市文化消费的影响因素之后，对这些省市按照地理位置进行归类，研究影响因素随地理位置的变化是否发生改变，或者影响程度是否发生改变，通过对比发现长江经济带城镇居民文化消费水平在区域间的差异。

五、创新之处

第一，本文的研究视角着眼于长江经济带十一个省市，此区域覆盖东中西三大区域，一方面研究的涉及面广，同时考虑了由东向西区域发展的民情和独特之处。另一方面，在研究范围上又显得紧凑，因为长江经济带涵盖的省市是一个整体，省市间文化产发展和文化消费水平并不是孤立的、单一的，而是联动、协调的发展。

第二，本文在对影响长江经济带城镇居民文化消费的因素进行分析时，不仅有全样本分析，还有变系数分析，即兼顾了整体和个体的分析，既分析了所有省市影响因素的共性，也分析了每个省市影响因素的个性。同时，还对长江经济带进行区域划分，分为下游省市、中游省份和上游省市三个部分，针对三个区域分析文化消费影响因素的变化，以此发现区域间的差异。

第二章 理论基础与文献综述

一、概念界定

（一）文化产业内涵

“文化产业”这个名词第一次出现是在霍克海默和阿道尔诺编写的《启蒙辩证法》这本书中，它代表着文化产品从生产到消费的过程，在这个过程中文化以商品的形式出现在人们面前，在被人们消费的同时文化逐渐被具体化、商品化、规模化，最终形成了一个产业。同时他们指出，文化产业的出现于资本主义制度密不可分^[1]。

文化产业的内涵与一个国家的国情有关，由于各个国家的国情不同，因此对文化产业有着不同的定义。例如在美国，文化产业又叫做版权产业，这是因为美国有着强烈的版权意识，对知识产权给予更多的法律保护。版权产业涉及面广，主要包括文体、旅游业、休闲服务业、通讯业。日本更加注重该产业涉及的种类范围，因此与文化相关的各行各业都会被归类为文化产业之列，例如传媒、图书出版、展览、娱乐、文体等。2000 年，“文化产业”这个词在我国官方文件中出现。2004 年，我国开始编制《文化及相关产业分类》，国家统计局提出了文化产业的官方定义：“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”。由此可见，虽然各国对于文化产业的字面定义各不相同，但深究其内涵后可以发现，文化产业所涉及的品类都是与居民娱乐休闲和精神活动息息相关的。

（二）文化消费内涵

“文化消费”这个概念在国外出现的较早,这是由于当时国外经济发展较快,在满足日常物质生活需求的同时,还存在较充裕的资金来满足精神需求。我国学者研究文化消费的进度晚于国外。文化消费是以“精神消费”这个概念第一次出现在我国学者的著作中,尹世杰(2012)认为,人们的消费有两类,一类是物质类消费,另一类是精神类消费,其中精神类消费就是指通过消费最终获得精神和情感上的满足的行为^[2]。这里的精神类消费就是指文化消费。之后,有不少学者对此观点进行补充。徐淳厚(1997)认为精神类消费是个动态的、不断更新的过程,人们在对精神类产品消费以后,这些产品不仅会再次生产出来,其形式或内容还会更新升级,以便更好地满足人们的精神需求^[3]。罗晓玲(2004)认为,文化消费不同于物质消费,因为它高于物质消费,它是在人们满足了基本物质消费以后所追求的更高标准的消费,它与人们的精神和情感世界密切相关,因而文化消费具有不同的层次^[4]。杨晓光(2006)提出,文化消费是建立在物质消费基础上的,促进文化消费不断提高的关键是提高居民生活水平和促进经济发展,因此文化消费水平能够衡量居民生活水平的程度,还能体现社会公众精神文明的繁荣程度^[5]。苏宁(2011)提出,文化消费是将有形或者无形的与文化相关的事物商品化、标准化,赋予其相应的价格,人们通过货币形式获得占有、使用、处分的权利^[6]。金元浦(2013)的观点与此类似,认为文化消费对人们的生活和社会的发展都有着深远的意义,因为文化消费包括人们购买、使用、吸收文化产品的过程,也包括人们完成消费以后情感得到满足、精神境界得到提升的过程,因此,它可以促进人类社会精神文明的建设^[7]。资树荣(2014)对文化消费的理解与此类似,他认为文化消费是一系列活动的集合体,除了包括消费者占有、使用、享受的过程,还包括文化产品生产、消耗、再生产和升级的过程^[8]。鉴于以上几种对文化消费的解释,可以说明学者们对于“文化消费”这个概念的解释只是在文字形式上略有不同,对其本质的认识基本上是一致的。本文对于文化消费概念的理解与以往学者们的观点基本一致,在衡量当地居民文化消费水平时选择了官方提供的统计口径,根据长江经济带各省和直辖市的统计年鉴,用“年人均教育文化娱乐服务支出”衡量各地区居民的文化消费水平⁸。

（三）文化消费的分类

专家们除了对文化消费的内涵进行了一系列的阐述外,还将视角投入到文化消费涉及的产品和劳务的种类和形式上去。彭真善等(1999)认为,针对文化消费对象,有小众群体和大众群体之分,所以他认为文化消费可以分为小众文化消费和大众文化消费两类^[9]。冯义涛(2000)认为文化消费分为两种,一种属于娱乐休闲类的文化消费,强调人们通过这类消费放松自己的精神,获得愉悦的心情,还可以充分利用自己的空余时间,消除空虚感;另一种属于教育培训类的文化消费,是指人们通过这类消费得到专业知识和技能上的提升,这类消费侧重于满足有知识需求的消费者^[10]。而曹俊文(2002)将文化消费分成三类,除了娱乐休闲类消费和教育培训类消费外,还增加了体育类消费^[11]。这是由于随着居民生活水平的提高,人们更加关注自身的健康,体育锻炼开始受到重视,人们日常除了注重自身进行体育锻炼外,也相应的关注与体育有关的赛事活动,因此体育类的消费占人们日常开支的比重越来越大。还有的学者根据文化消费涉及的范围,将其分类为广义和狭义的文化消费。郑跋(2013)认为狭义的文化消费是专门指的是与人类精神文化直接相关的产品或者劳务,如教育培训、图书杂志、展览宣传等^[12]。除此之外,欧翠珍(2010)对文化消费分为两个档次,第一个是低档的文化消费,但这并不带有歧视的意思,而是站在消费者的角度,衡量他们使用、体验这些文化消费品时的难易程度,如果他们使用、体验这些消费品时很容易,或者并不需要要以具备某种技能为前提,那这种产品就属于低档的文化消费产品,例如影视传媒类产品、旅游等,这些产品对于大众消费者来说侧重自身娱乐消遣,并不要求他们事先具备相关的技能,因而大众群体都有能力消费它们。相对低档文化消费来说,高档文化消费强调消费者事先具有相关专业技能,或者在使用该产品时并不是以娱乐消遣为目的,例如参观文化展览、私教、收藏古玩品等^[13]。

二、相关消费理论

（一）布迪厄文化资本理论

布迪厄(Pierre Bourdieu)将资本分成三类,其中一类是文化资本。文化资本在日常生活中的体现就是各种形式的文化产

⁸数据来源:长江经济带各省和直辖市 2000-2016 年的《统计年鉴》

品和劳务，因此文化消费就是人们购买文化产品和劳务的过程。他认为文化消费虽然与物质消费一样，都是人们以支付货币的方式去获得产品，但文化消费从本质来说代表了一个地区出现了社会地位分层的现象，例如在文化消费上的投入程度和选择差异都体现着社会地位分层的现象。因此，布迪厄认为文化消费将社会等级分层合法化了。同时，他指出对待艺术、文化要透过现象看本质，因为它们的功能并不局限于为人们提供消遣放松的生活方式。他还将文化消费上升到阶级统治的层面上，认为文化消费是统治阶级运用的一种统治方式，等同于统治者运用经济统治的方式控制着整个国家。

（二）马斯洛需求层次理论

马斯洛（Abraham H. Maslow）对人的需求进行分类排序，他认为最低层次的需求是生理需求，例如呼吸、吃饭、喝水；他认为最高层次的需求是自我实现的需求，是指不断提升自我的学习水平、思想境界、处事能力等，从而实现自身追求的目标和理想的需求^[14]。这种最高层次的需求其实是以人的精神为主导的，人们在消费文化产品的过程中恰恰体现了这种自我实现的需求。人们在使用文化产品的时候，往往是为了获得情感上的满足和共鸣，这种满足与物质需求得到满足是不同的，可以说是高于物质上的满足。

（三）凯恩斯消费函数

凯恩斯(John Maynard Keynes)建立了绝对收入消费函数，其中收入是自变量，消费支出是因变量，该理论的前提建立在人们短期生活中的消费开支上。他认为，影响消费支出的因素虽然有很多，但针对短期来说，这些因素中最重要的是居民收入，所以可以在很多影响因素中单独讨论居民收入这个主要因素。他还指出，收入对消费的影响在短期内是持续稳定的。虽然在短期内，收入会对消费支出存在正向影响，即收入增加会使居民相应提高消费水平，但是居民消费支出的增加额只是收入增加额的一部分，因为居民不会把增加的收入都用于消费。以上的理论可以由函数解析式表示：

$$c=a+\beta y(2-1)$$

其中C代表的是实际消费支出水平，a代表的是自发消费支出，表示在居民没有收入来源的情况下维持身体机能的消费需求。 β 代表边际消费倾向，它衡量的是收入的增加引起的消费支出增加的程度，由于假说中强调消费支出的增加会小于同期收入的增加，所以 β 的范围是大于0且小于1， β 与y的乘积表示引致消费。

该假说强调了收入对消费支出有正向影响的关系，将二者联系在一起，并提供了相关的解析式，拓宽了消费理论研究的视野，为以后学者们对于消费的研究提供了丰富的启发，但是该假说自身也存在缺陷，正如它以短期收入和支出为前提，因而只适用于居民当前的收入和消费，不适用于长远的收入和支出。

（四）相对收入假说

杜森贝利(James Stemble Duesenberry)在凯恩斯假说的基础上提出了新的理论，他认为影响消费支出的因素不单单是收入水平。一方面，消费者的日常消费存在一种“粘性”，也就是说，支出占收入的比重从长期来看是稳定的，在外界条件不发生变动的情况下，消费支出不会突然波动性的增加或减少，这种稳定比例的存在是因为人们日常消费存在一种习惯，即长此以往的按照相似的行为方式进行消费，不会刻意改变。但是这种“粘性”的特点在于当收入提高时容易发生改变，即收入的提高会导致消费的提高，却不会因为收入的降低而减少消费，这就是“粘性”的特殊之处。因为从消费心理上分析，人们更容易接受消费支出的扩大，即享受更优质的生活，而难以接受消费支出的减少，即承受生活质量不如以前的结果。这时，凯恩斯的消费函数就得不到合理的解释了。另一方面，消费支出也受到外界因素的影响，在收入不变的情况下也会增加支出。外界影响例如人们的攀比心理，当周围的人们普遍购买了某种产品时，尽管自己不是很需要或者经济上并不充裕，也要模仿着购买该产品，这时候消费支出的增加就不仅仅取决于收入水平了。

(五) 生命周期理论

弗朗科·莫迪利安尼(Franco Modigliani)的生命周期理论的前提假设与绝对收入理论的前提假设相反,该理论认为应该从长远考虑,而不应仅仅考虑短期,因此将视角界定为人的一生,即整个生命周期。因此人们在消费时应该从长远考虑,而不能只顾眼前,需要合理支配财力进行消费,使得个人整个生命周期的消费更加合理。同时,该理论把整个生命周期进行分段,具体包括青年、壮年、老年三个阶段。在人们年少的时候,还没有收入来源或者很少的收入来源,主要靠家人的抚养,从个人角度来说是不敷出的。在年老的时候与年少时类似,也可能是入不敷出的。因此壮年时期获得的收入除了满足当期的消费以外,还要有所储蓄,以便偿还年少时的债务和满足年老时的消费。因此不能仅仅从短期考虑自己的消费支出,需要综合生命周期的三个阶段来合理支配自己的支出,使得整个生命周期的消费得到优化。

(六) 永久收入理论

弗里德曼(Milton Friedman)对居民收入进行了分类,从长远来看,人们确定能够得到的一系列的未来收入是永久收入,它的对立面则是临时收入。他认为只有永久收入才能决定消费支出的水平。根据定义可知,永久收入是通过加权计算得到的,具体由一系列年份的预测收入乘以相对应的权重之后相加得到。其中权数的大小与时间的远近有关。在永久收入的影响下,只有人们能够确定增加的收入具有可持续性时,才会增加消费支出。因此,对于临时的收入增加,消费者会很冷静,不会调整当前的支出水平。正因如此,如果国家出台了临时性的、短期的政策打算来调节居民消费,是不会起作用的,居民只有在确定这些政策长期有效时才会改变支出。对于该理论,必须分清临时性收入和永久性支出、临时性消费和永久性消费,其中存在稳定函数关系的是永久支出和永久收入之间。

三、国内外文献综述

(一) 国外文献综述

纵观国外学者们的研究成果,他们在文化消费理论方面提出了许多观点。学者们基于因古典消费者行为理论展开了对文化消费行为的研究,该理论强调的是产品数量对消费者效用的影响,基于此 Cameron (1990)研究了英国居民在电影上的消费支出的影响因素,发现个人收入水平对此有显著影响^[15]。Hjorth-Andersen (2000)分析了居民收入变化时相对应的图书购买量的变化情况和影响居民购买书籍时的因素,发现书籍价格水平对此有显著影响^[16]。Dewenter 等 (2005)的研究对象也是居民对影视产品的购买情况,发现产品价格水平和影视替代品价格水平对购买量有显著影响^[17]。近年来,外国学者多次运用“理性成瘾理论”来分析居民消费文化产品的行为。该理论是指个人一直按照自身效用最大化的方式进行选择,这其中也包括在消费时,这种习惯会一直保持下去,逐渐达到一种“上瘾”的状态,但这种状态并非“随性”,而是一种理性条件下做出的持续性行为。在这个理论的基础上,Victoria Ateca-Amestoy (2007)研究了美国居民在观赏戏剧表演时做出的选择,认为该国的文化资本水平将影响居民在戏剧上的消费^[18]。Montoro-Pons 等 (2011)的研究对象与此类似,他分析的是居民对音乐唱片的消费情况,最终证明居民在购买音乐时会存在“理性成瘾”的心理^[19]。学者们还提出了消费中学习这一理论,主要表达的是将消费者不断购买产品的过程定义为一种学习的过程,因为在消费的过程中人们会不断总结消费经验,以此获得效用最大化,这个过程也是明确自身消费偏好、消费倾向的过程。如 Escaribul 等 (2009)就利用该理论来研究西班牙当地居民在购买报纸上的消费投入^[20]。

学者们除了研究文化消费的理论成果外,还针对文化消费的影响因素进行深入分析。当时学者们经常关注居民所处的经济地位和社会地位,认为它们会影响居民对文化产品的消费水平。Tak Wing Cha (2007)利用样本统计方法,从社会各个行业选取相应数量的居民进行分类调查,获取这些来自不同行业的居民所购买的文化产品的种类以及这些文化产品所属的层次,以此发现居民在选择文化消费品种类时与自身所处的行业、经济条件的关系^[21]。Omar Lizardo 等 (2009)研究的是欧洲居民的文化消费情况,采取实证研究的方法,选取了相关指标的统计数据,利用回归分析,发现居民的收入水平影响该区域居民文化消费的水平。同时,还指出欧洲区域的资本流动性也会影响居民对文化产品的消费^[22]。近年来,国外学者从社会学角度对文化消费行为影响

因素的研究不断增多,与影响因素有关的指标主要以个人自身经济地位和社会地位有关,例如 Jafari 等(2013)在实证分析是选取的指标有居民的经济条件、教育程度、与工作相关的社会地位等^[23]。Gerhards (2013)等选取指标时于此类似,例如有居民的性别、偏好等^[24]。还有学者将视角投入到消费者个体自身内在的因素上进行研究,例如 Notten 等(2014)认为消费者对文化产品的购买取决于自身的消费偏好和对产品的认知能力,其实这在一定程度上与消费者的知识水平和性格有关^[25]。Manolika 等(2015)的观点与之类似,指出这在很大程度上取决于消费者内在所有的情感因素,这些因素涉及思维方式、世界观和价值观、内在的性情^[26]。还有一些学者研究的是与文化产品自身相关的因素,例如 Chen 等(2013)根据研究发现,文化产品的价格和质量影响文化消费量^[27]。Potts (2013)认为文化产品的销售需要良好的市场环境和完善的政策支持,这样才能保证产品流通的效率^[28]。

(二)国内文献综述

我国学者对文化消费的研究相对较晚。改革开放以后,我国居民生活水平逐步提高,在满足了基本生活需要后,开始慢慢关注精神类消费产品,我国文化消费水平因此逐渐提高,国内学者们也逐渐开始了对文化产业、文化消费方面的研究,下文从几个方面总结这些学者的研究成果。

学者们总结了我国居民文化消费的特点,胡敏中(2011)提出,虽然文化消费是在物质消费得到充分满足以后才得以发展的,而且文化消费的内容和形式不同于物质消费,但是文化消费与物质消费之间还是有一定联系的,有时候物质消费中会含有文化消费,文化消费有时也具有物质属性^[29]。张为付等(2014)的观念中有与之相同的地方,他认为,文化消费既与人们的精神世界有关,有时候也具有基本的物质属性;同时,他还认为文化消费是将精神产品商业化、产业化,因此可以创造利润和推动经济发展。而且它还可以通过公益的形式出现在人们眼前,具有强大的宣传效果^[30]。王海中等(2012)认为文化产品的种类和形式繁多,这些产品的档次各不相同,有着高低之分。个人对文化产品的需求受到自身生长环境、文化程度、思想境界等多方面的影响,进而造成了文化消费品具有差别性^[31]。潘黎等(2013)认为正是由于文化产品有着种类和层次之分,文化消费群体也因此具有层次性,这使得文化消费具有符号性的特征,它赋予消费群体各式各样的符号,以此区分不同消费群体^[32]。

国内学者除了研究文化消费的特点外,还将研究视角投入到文化消费的现状上去。虽然我国文化产业日益发展,文化消费不断提升,但目前文化消费发展水平仍然偏低,针对文化消费总量,何春玲(2009)认为文化消费虽然年年呈现增长趋势,但目前文化产品在消费总量上仍然不足,远远低于人们的物质生活消费,因而具有很大的上升空间^[33]。针对文化消费的相对量来说,全如琼等(2010)认为,物质消费开支一直在居民总消费开支中占有很大的比重,但这种比重正在呈现下降的趋势,而针对文化产品的开支占总开支的比重正在逐步上升,这其中的原因是由于我国居民生活水平不断提高,在满足了基本物质需求以后,还有充足的闲置资金^[34]。对此,陈海波等(2012)在分析了我国居民目前消费支出的各个组成部分之后,也认为目前文化消费支出占总支出的比重有不断增长的趋势^[35]。谭延博等(2010)认为文化产业发展的阻力之一是居民对待文化消费品的理解存在误区,对于新式产品缺乏正确的认识,这在一定程度上会阻碍文化消费的发展。文化消费品中目前比重较大的是影视传媒类产品和各类教育培训产品^[36]。

学者们在文化消费影响因素上的研究也是硕果累累。国兰风等(2015)认为文化消费水平的提升需要一个良好的政策环境,例如国家加大社会保障力度后,居民会相应的增加对文化产品的消费;国家加大对文化设施的建设,会营造一种有利于文化产业发展的环境,居民可以更加便捷的获得文化产品,这样也能促进文化消费^[37]。刘敏(2014)以北京市为背景,在指标的选取上与之类似,在数据的获得上是通过抽样调查的方法,发现除了收入水平、产品价格、文化水平对当地文化消费水平有影响外,对文化产品的广告宣传也是影响因素之一^[38]。高莉莉等(2014)利用广义矩估计模型,研究经济水平、个人消费偏好等因素是否影响文化消费水平,最终显示个人经济水平影响文化消费,而消费偏好对其没有影响^[39]。戎素云等(2013)研究的是河北省的文化消费水平,认为当地政府对文化产业的投入力度对当地文化消费水平有显著影响,因而建议当地政府在文化设施建设、政策倾向等方面加大对文化产业的支持^[40]。鲁虹等(2013)的研究范围是上海市的文化消费水平,对相关指标数据进行协整检验、误差修正等实证分析之后,发现当地政府对文化产业的支持很重要,特别是在设施建设和资金投入方面,因此建议政府在这两方面进行完善。同时他还发现文化产品的价格水平对该地区的文化消费水平有影响,因此建议政府控制相应产品的物价水

平，以促进消费^[41]。以上学者都是研究某个省或者直辖市的文化消费水平情况，而聂正彦等（2014）研究的我国所有省市的文化消费状况，选取了所有省市的相关数据，建立了面板数据模型。根据实证结果，与以上学者们的观点相同的是他认为居民的收入状况、消费倾向都会影响这些地区的文化消费支出，他还提出居民投入在房产和医疗上的支出也会影响文化消费水平，因为住房和看病这两件事会占有居民消费支出较大的比重，使得居民的闲置资金减少，因此人们会相应的减少文化产品的消费^[42]。

学者们在不断研究各地区文化消费水平影响因素的同时，还将不同地区间的影响因素进行比较，以此发现区域之间的差异对文化消费的影响程度。马玉琪等（2015）的研究的是全国范围的文化消费状况，因此数据来源于我国所有的省份和直辖市，她选取了这些区域关于人均可支配收入、文化事业费支出、文化程度这三个指标的数据，建立面板数据回归模型。但并没有把这些省和直辖市的指标数据放在一起进行回归分析的，而是先根据各省和直辖市间的差异性，分成三大区域，然后针对每个区域进行回归分析，最后进行区域间影响因素对比，讨论同一个影响因素对不同区域产生的影响程度是否相同，最终得出以上三个影响指标对消费的影响程度确实因为区域的不同而存在较大的差异，因此不同地区需要不同对待，要有针对性的找出影响该地区的文化消费最显著地因素，然后提出针对性的建议措施^[43]。王俊杰（2012）研究的是河南省农村居民文化消费支出情况，搜集了河南省所有农村地区相关指标的数据，建立了面板模型进行回归分析，结果发现不同农村地区文化消费的影响因素不同，收入较高的农村地区的文化消费受到农村居民收入和产品价格的影响，而收入较低的地区受到前期对文化产品支出水平的影响^[44]。李宝杨等（2013）研究的是浙江省城乡居民文化消费状况，他的研究基于一个理论前提：居民的当期支出取决于对未来收入的预期，即预期未来收入稳定、充裕的情况下。居民会相应的增加当期支出；反之，对未来收入并不看好，居民会相应的节省当期开支。因此，他发现城乡间居民文化消费水平均受到收入和支出不确定性的影响，但是城乡间文化消费水平受到的影响程度是不同的，这反应了文化消费影响因素在区域间的差异^[45]。管敏媛等（2014）将视角聚焦于江苏省的农村地区，通过抽样调查的形式，发现不同农村地区影响文化消费的因素的敏感程度不同，造成这种差异的原因，主要是不同农村地区居民收入水平高低不同和当地政府对文化产业固定资产投入力度不同^[46]。

（三）文献总结

纵观以上中外学者们对文化消费的论述，发现在文化消费方面的研究已经比较健全了。中外学者们分别论述了文化消费方面的理论基础、内涵、特点、内容及形式、现状和影响文化消费发展的因素，这对本文研究长江经济带城镇居民文化消费的影响因素具有参考意义。

第三章 长江经济带城镇居民文化 消费现状分析

一、文化消费需求现状

文化消费需求是文化消费的重要环节，消费需求对促进文化产业发展，调整文化消费结构具有重要意义。本节选取城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出平均水平、城镇居民家庭年人均消费总支出平均水平两方面对长江经济带各省市文化消费需求现状进行分析，首先利用数学方法对指标数据单独分析现状趋势，再根据统计整理得出的结果对两个指标进行比较分析。

（一）下游各省市需求水平

长江经济带下游包括安徽省、江苏省、浙江省和上海市四个省市，人均教育文化娱乐服务支出平均水平直接反映了文化消费程度，也反映了文化消费需求水平。2000-2016年长江经济带下游城镇居民家庭人均教育文化娱乐服务支出平均水平变动趋势

详见图 3-1。

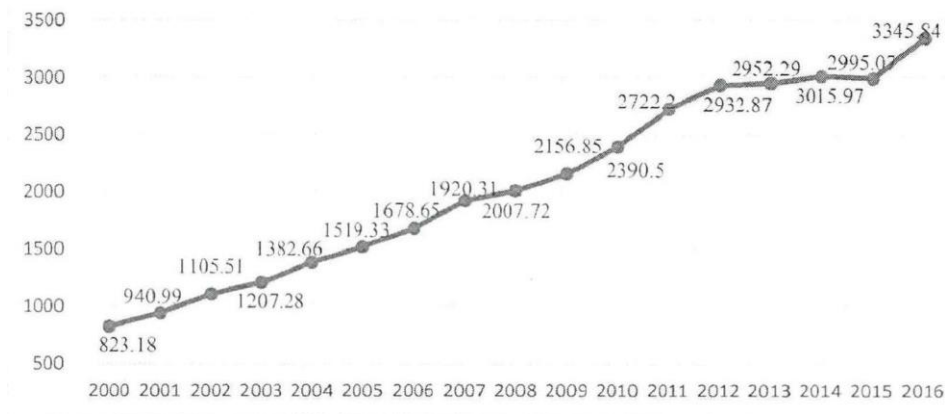


图 3-1 下游各省市城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出平均值（单位：元）

从图 3-1 可以看出,2000 年长江经济带下游各省市城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出平均值为 823.18 元,2016 年达到了 3354.84 元,增加 4.08 倍,16 年间的年均增长率为 9.18%。表明,长江经济带下游各省市城镇居民文化消费需求不断提升。

城镇居民家庭年人均消费支出反映居民消费能力和家庭消费结构,在一定程度上间接反映居民文化消费需求现状。2000-2016 年长江经济带下游城镇居民家庭年人均消费支出平均水平变动趋势详见图 3-2。

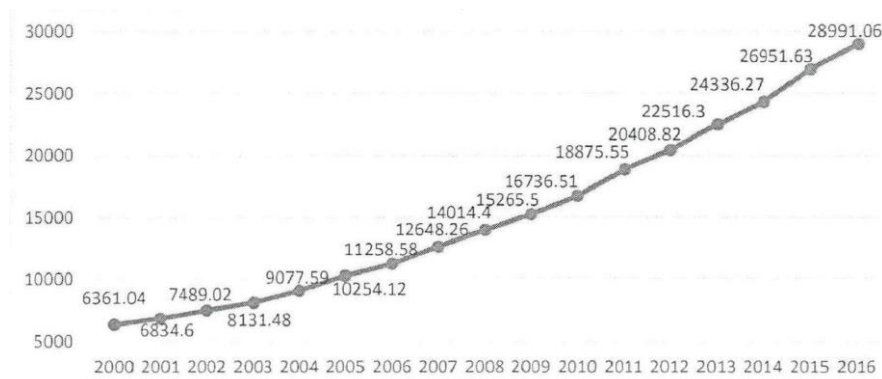


图 3-2 下游各省市城镇居民家庭年人均消费支出平均值（单位：元）

从图 3-2 可以看出,2000 年下游各省市城镇居民家庭年人均消费支出平均值是 6361.04 元,2016 年达到了 28991.06 元,2016 年是 2000 年的 4.56 倍,16 年间的年平均增长率为 9.94%。表明,长江经济带下游各省市城镇居民消费能力不断提升。

由以上描述可以发现：（1）从总量上看,长江经济带下游各省市城镇居民人均文化消费的平均水平在 16 年间有了很大的提升；（2）从增长率来看,由于下游各省市城镇居民消费支出平均值的年均增长率比文化消费支出平均值的年均增长率高 0.76%。表明,下游各省市文化消费平均水平的增长速度与消费总支出平均水平的增长速度相比来说是略微缓慢的,文化消费水平仍有提升空间。

（二）中游各省需求水平

长江经济带中游包括湖北省、湖南省、江西省三个省份。2000-2016 年长江经济带中游城镇居民家庭人均教育文化娱乐服务支出平均水平变动趋势详见图 3-3。

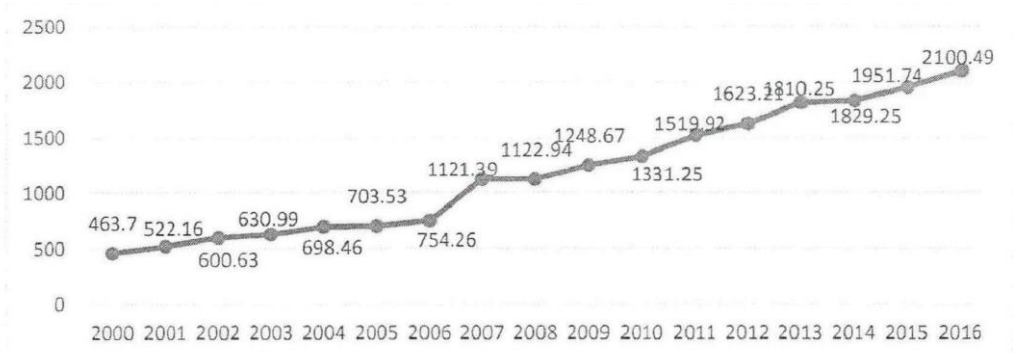


图 3-3 中游各省城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出平均值（单位：元）

从图 3-3 可以看出,2000 年长江经济带中游各省城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出平均水平为 463.7 元,2016 年达到了 2100.49 元,增加 4.53 倍,16 年间的年均增长率为 9.9%。表明,长江经济带中游各省城镇居民文化消费需求不断提升。

城镇居民家庭年人均消费支出反映居民消费能力和家庭消费结构,在一定程度上间接反映居民文化消费需求现状。2000.2016 年长江经济带中游城镇居民家庭年人均消费支出平均水平变动趋势详见图 3-4。

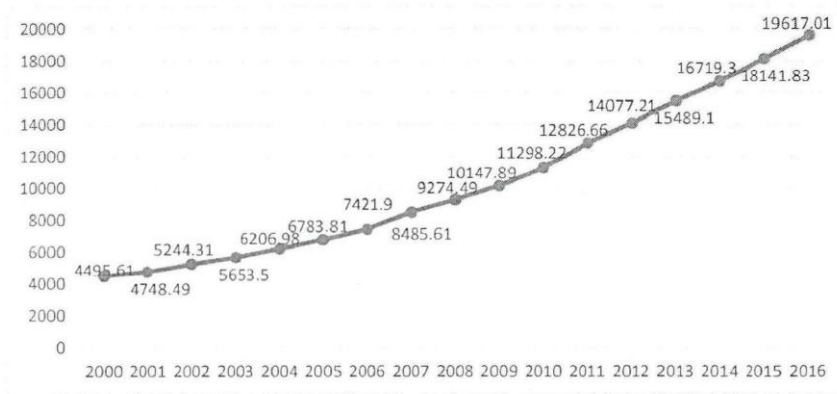


图 3-4 中游各省城镇居民家庭年人均消费支出平均值（单位：元）

从图 3-4 可以看出,2000 年各省城镇居民家庭年人均消费支出平均水平是 4495.61 元,2016 年达到了 19617.01 元,2016 年是 2000 年的 4.36 倍,16 年间的年平均增长率为 9.65%。表明,长江经济带中游各省市城镇居民消费能力不断提升。

由以上描述可以发现：（1）从总量上看,长江经济带中游各省城镇居民人均文化消费平均水平在 16 年间有了很大的提升；（2）从增长率来看,由于中游各省居民消费支出平均水平年均增长率比文化消费支出平均水平年均增长率低 0.25%。表明,长江经济带中游文化消费的增长速度与消费总支出的增长速度相比来说基本保持一致的。

（三）上游各省市需求水平

长江经济带上游包括四川省、贵州省和重庆市三个省市。2000-2016 年长江经济带上游城镇居民家庭人均教育文化娱乐服务

支出平均水平变动趋势详见图 3-5。

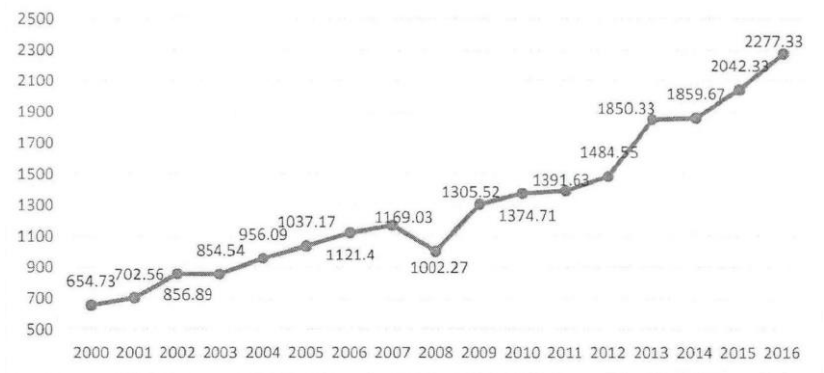


图 3-5 上游各省市城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出平均值（单位：元）

从图 3-5 可以看出，2000 年长江经济带上游各省市城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出平均水平为 654.73 元，2016 年达到了 2277.33 元，增加 3.48 倍，16 年间的年均增长率为 8.1%。表明，长江经济带上游各省市城镇居民文化消费需求不断提升。

城镇居民家庭年人均消费支出反映居民消费能力和家庭消费结构，在一定程度上间接反映居民文化消费需求现状。2000-2016 年长江经济带上游城镇居民家庭年人均消费支出平均水平变动趋势详见图 3-6。

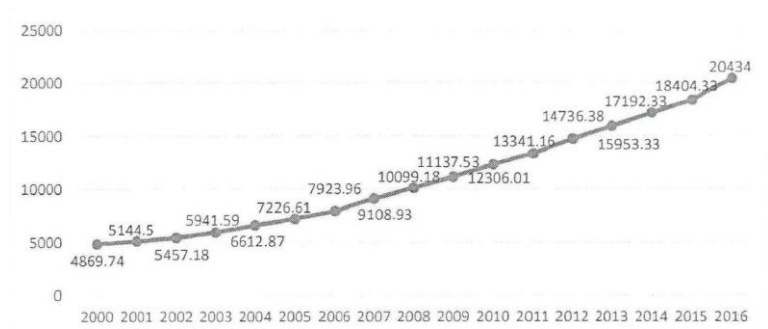


图 3-6 上游各省市城镇居民家庭年人均消费支出平均值（单位：元）

从图 3-6 可以看出，2000 年各省市城镇居民家庭年人均消费支出平均水平是 4869.74 元，2016 年达到 20434 元，2016 年是 2000 年的 4.2 倍，16 年间的年平均增长率为 9.38%。表明，长江经济带上游各省市城镇居民消费能力不断提升。

由以上描述可以发现：（1）从总量上看，长江经济带上游各省市城镇居民人均文化消费平均水平在 16 年间有了很大的提升；（2）但从增长率来看，由于各省市城镇居民消费支出平均水平年均增长率比文化消费支出平均水平年均增长率高 1.28%。表明，长江经济带上游文化消费的增长速度与消费总支出的增长速度相比来说是缓慢的，文化消费的提升仍有上升空间。

二、文化消费供给现状

文化消费供给是文化消费的重要环节，供给能否满足消费者需求是文化消费需求能否得到满足的关键环节。本节选取文化产业固定资产投资的平均水平长江经济带文化消费供给现状进行分析，并对长江经济带覆盖的下、中、上游各省市文化消费供

给现状进行比较分析。

（一）下游各省市供给水平

文化产业固定资产投资反映在一定时期内文化及相关基础设施建设等资金投入。2005-2016 年长江经济带下游各省市每年文化产业固定资产投资的平均水平变动趋势详见图 3-7。

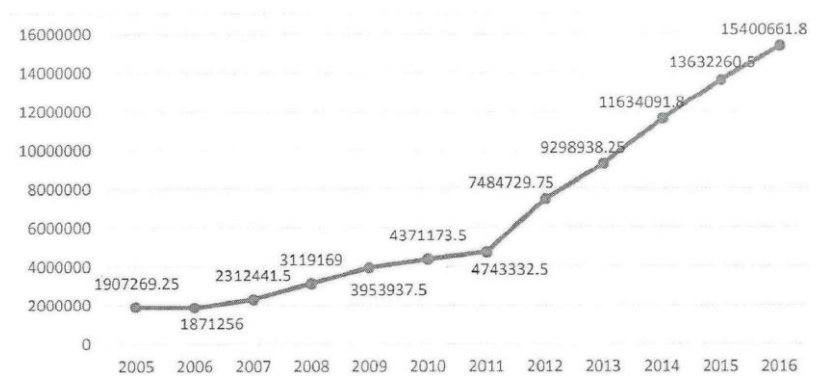


图 3-7 下游各省市年均文化产业固定资产投资（单位：万元）

从图 3-7 可以看出,下游各省市文化产业固定资产投资平均额自 2005-2011 年间经历了相对平稳的增长,年均增长率为 16.4%; 2011-2016 年间经历了相对快速的增长,年均增长率为 26.56%。从整体上看,下游各省市文化产业固定资产投资平均水平处于快速增长的水平,文化设施大规模的增加和完善,不断的满足上游各省市城镇居民日益增长的文化消费需求。

（二）中游各省供给水平

文化产业固定资产投资反映在一定时期内文化及相关基础设施建设等资金投入。2005-2016 年长江经济带中游各省每年文化产业固定资产投资的平均水平变动趋势详见图 3-8。

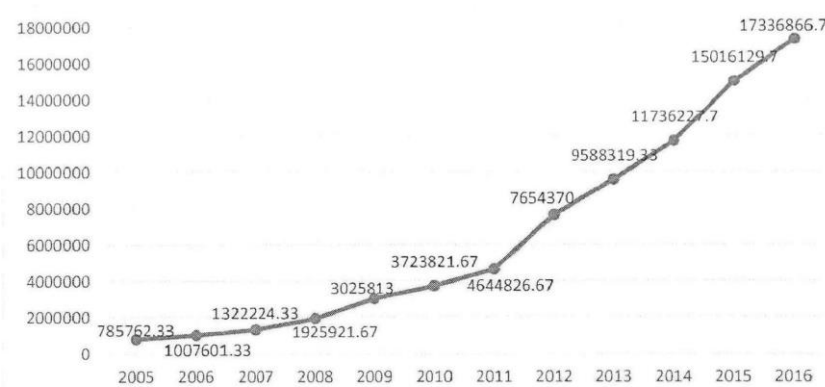


图 3-8 中游各省年均文化产业固定资产投资（单位：万元）

从图 3-8 可以看出,中游各省文化产业固定资产投资平均额自 2005-2011 年间,年均增长率为 34.5%; 2011-2016 年间,年均增长率为 30.14%,二者增长率相近,但在绝对量上相差较大。从整体上看,中游各省文化产业固定资产投资平均水平处于快速增长的水平,文化设施大规模的增加和完善,不断的满足中部各省城镇居民日益增长的文化消费需求。

（三）上游各省市供给水平

文化产业固定资产投资反映在一定时期内文化及相关基础设施建设等资金投入。2005-2016 年长江经济带上游各省市每年文化产业固定资产投资的平均水平变动趋势详见图 3-9。

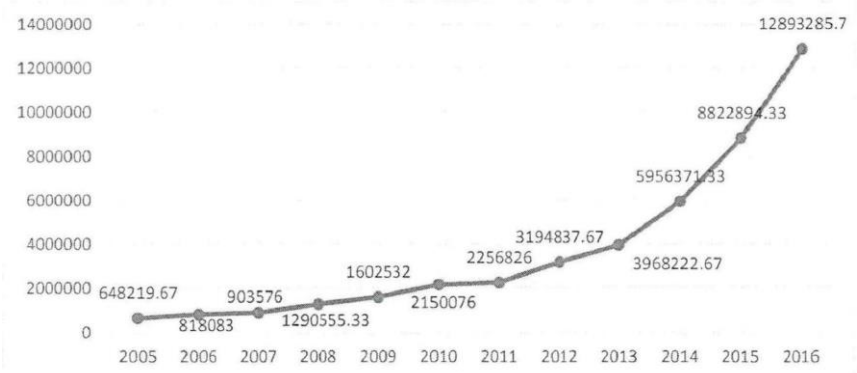


图 3-9 上游各省市年均文化产业固定资产投资（单位：万元）

从图 3-9 可以看出，上游各省市年均文化产业固定资产投资自 2005-2013 年间，年均增长率为 25.42%；2013-2016 年间，年均增长率为 48.11%，可知上游各省市年均文化产业固定资产投资水平在 2013-2016 年间快速增长。从整体上看，上游各省市文化产业固定资产投资平均水平处于快速增长的水平，文化设施大规模的增加和完善，不断的满足下游各省市城镇居民日益增长的文化消费需求。

三、文化消费产品的价格现状

文化产品价格是影响文化消费的重要因素，文化产品价格变动对文化供求产生重要影响。本节选取每年城镇居民文娱消费价格指数的平均水平对长江经济带文化消费供给现状进行分析。

（一）下游各省市文化产品价格水平

城镇居民文娱消费价格指数反映一定时期内文化及相关产品或服务的价格水平。2000-2016 年长江经济带下游各省市每年文化产业固定资产投资的平均水平变动趋势详见图 3-10。

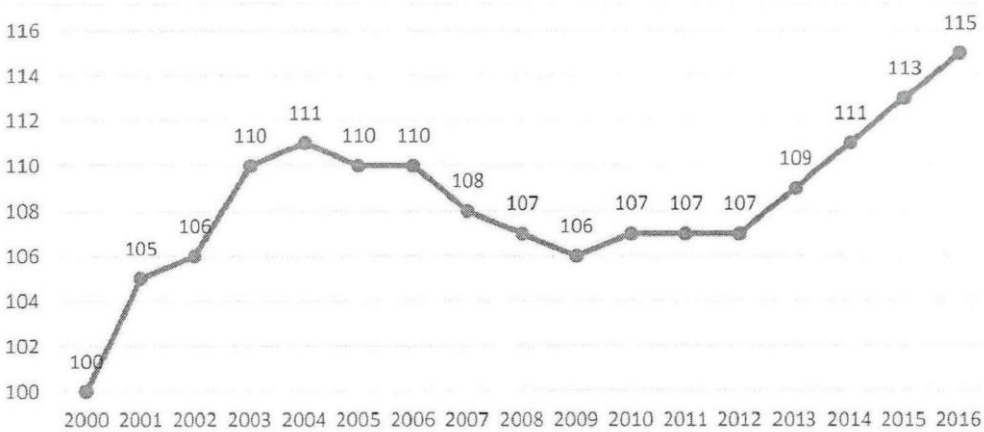


图 3-10 下游各省市年均城镇居民文娱消费价格指数

从图 3-10 可以看出,从 2000 年到 2004 年,下游各省市文娱价格指数平均水平呈明显上升趋势,从 2004 年到 2012 年该指标一直呈下降趋势,说明这段时间我国对于该地区文化消费品的价格实施了有力度的调控措施。从 2012 年至今,又出现了上升趋势。从整体上看,2000-2016 年下游各省市文娱消费价格指数呈上升趋势。

（二）中游各省文化产品价格水平

城镇居民文娱消费价格指数反映一定时期内文化及相关产品或服务的价格水平。2000-2016 年长江经济带中游各省市每年文化产业固定资产投资的平均水平变动趋势详见图 3-11。

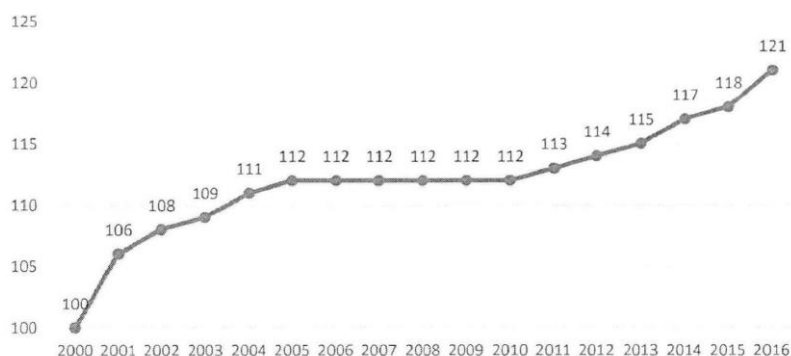


图 3-11 中游各省年均城镇居民文娱消费价格指数

从图 3-11 可以看出,2000-2005 年,中游各省文娱消费价格指数平均水平呈上升趋势;2005-2010 年,中游各省文娱消费价格指数平均水平保持不变,可知这一时期政府对该地区文娱产品的价格管控力度较大;2010-2016 年,中游各省文娱消费价格指数平均水平又呈上升趋势。

（三）上游各省市文化产品价格水平

城镇居民文娱消费价格指数反映一定时期内文化及相关产品或服务的价格水平。2000-2016 年长江经济带上游各省市每年文化产业固定资产投资的平均水平变动趋势详见图 3-12。

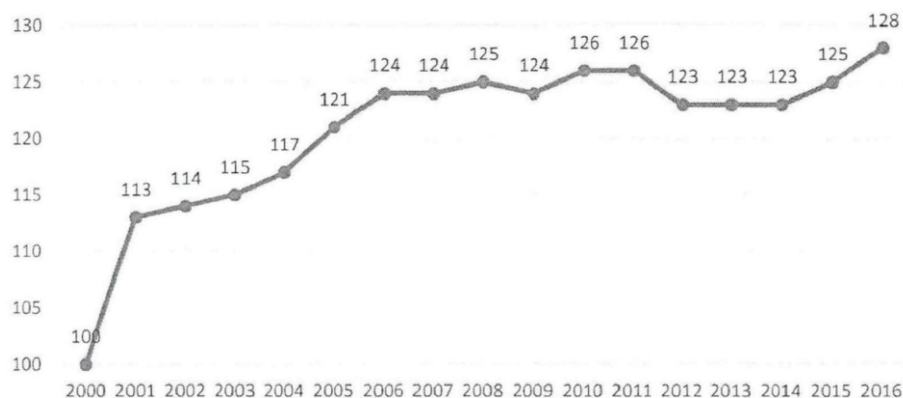


图 3-12 上游各省市年均城镇居民文娱消费价格指数

从图 3-12 可以看出,2000-2006 年,上游各省市文娱消费价格指数平均水平呈上升趋势,且上涨幅度较大;200-2011 年,上游各省市文娱消费价格指数平均水平呈波动性的上升趋势,且上涨幅度较小,可知这一时期政府对该地区文娱产品的价格管

控力度较大；2010-2016 年，上游各省市文娱消费价格指数平均水平呈先下降后上升的趋势。

四、文化政策性投入现状

文化政策性投入是影响文化产业发展的重要因素。本节选取城镇人均文化事业费对长江经济带文化消费供给现状进行分析，并对长江经济带覆盖的下、中、上游各省市文化消费供给现状进行比较分析。

（一）下游各省市文化政策性投入概况

城镇人均文化事业费反映各省市政府对当地文化产业发展的重视程度，反应该地区文化产业基础设施建设水平。2000-2016 年长江经济带下游各省市每年城镇人均文化事业费的平均水平变动趋势详见图 3-13。

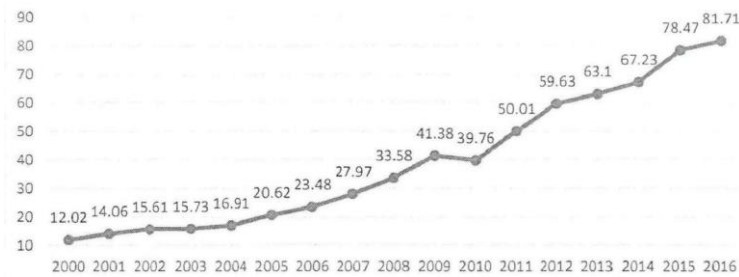


图 3-13 下游各省市城镇人均文化事业费平均值（单位：元）

从图 3-13 可以看出，2000 年下游各省市城镇人均文化事业费平均水平为 12.02 元，2016 年为 81.71 元，是 2000 年的 6.8 倍，年均增长率为 12.73%。由此可知，下游各省市政府对当地的文化产业给予了高度的资金支持，使其每年都保持较高的增长速度。

（二）中游各省文化政策性投入概况

城镇人均文化事业费反映各省市政府对当地文化产业发展的重视程度，反应该地区文化产业基础设施建设水平。2000-2016 年长江经济带中游各省市每年城镇人均文化事业费的平均水平变动趋势详见图 3-14。

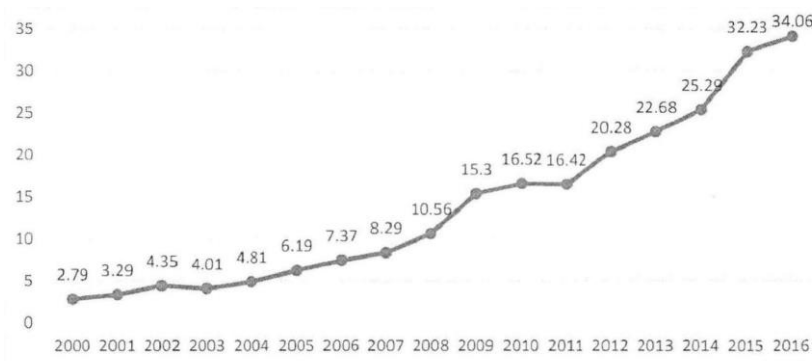


图 3-14 中游各省城镇人均文化事业费平均值（单位：元）

从图 3-14 可以看出，2000 年中游各省市城镇人均文化事业费平均水平为 2.79 元，明显低于下游各省市的平均水平；2016 年为 34.06 元，明显低于下游各省市的平均水平。2016 年中游各省城镇人均文化事业费的平均值是 2000 年的 12.21 倍，年均增长率为 16.93%。由此可知，中游各省政府对当地的文化产业给予了高度的资金支持，使其每年都保持较高的增长速度，但是从

绝对量上与下游各省市差距明显，因此还存在很大的上升空间。

（三）上游各省市文化政策性投入概况

城镇人均文化事业费反映各省市政府对当地文化产业发展的重视程度，反应该地区文化产业基础设施建设水平。2000-2016年长江经济带上游各省市每年城镇人均文化事业费的平均水平变动趋势详见图 3-15。

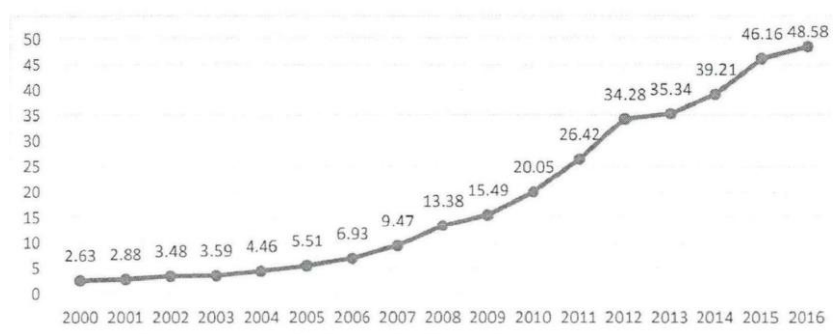


图 3-15 上游各省市城镇人均文化事业费平均值（单位：元）

从图 3-15 可以看出,2000 年上游各省市城镇人均文化事业费平均水平为 2.63 元，与中游各省水平相似，但明显低于下游各省市的平均水平；2016 年为 48.58 元，高于中游各省的平均水平，但明显低于下游各省市的平均水平。2016 年下游各省市城镇人均文化事业费的平均水平是 2000 年的 18.47 倍，年均增长率为 20‰ 由此可知，下游各省政府对当地的文化产业给予了高度的资金支持，使其每年都保持较高的增长速度，在绝对量上已经超过了中部各省的平均水平，但与下游各省市相比，仍有较大差距。

第四章 指标选取、模型构建和数据来源

一、指标选取

在文献综述中阐述了多位学者关于文化消费各方面的理论观点，包括文化消费的先进理论、特点、种类和影响因素，这些学术成果为本文探究长江经济带城镇居民文化消费影响因素奠定了理论基础。本文从若干角度列举了可能影响长江经济带城镇居民文化消费水平的因素，为下文对这些因素进行实证分析做铺垫。这些影响因素对应的指标即下文实证模型中的自变量。同时，本文从统计年鉴中选取了相关指标来衡量各省市城镇居民文化消费水平，该指标即实证模型中的因变量。

（一）收入因素

需求是消费的前提和动力，在需求的推动下人们才会产生消费倾向，因此需求是影响文化消费的重要因素。需求因素量化到具体指标上，其中之一就是居民的收入水平。

文化消费需求并不是在人类社会一开始就存在的，而是在居民的生活水平得到提高之后才产生的。在人们只能维持温饱水平时肯定无法将注意力投向文化产品，更没有闲置资金去购买文化产品。居民收入水平越高，闲置资金越多，购买文化产品的能力越强。因此，充足的可支配收入是产生文化消费需求的前提。本文选取 2000-2016 年各省市“城镇居民家庭年人均可支配收入”来衡量长江经济带城镇居民的收入水平。可支配收入衡量的是居民对自身收入的支配程度，它不是指个人的收入总额，

而是指扣除所有费用以后的净收入，例如要扣除五险一金、个人税费等费用，同时还需要加上个人从其他渠道获得的合法收入，例如兼职收入。因此，该项指标代表了个人所有可以自由支配的财力，这在衡量个体对文化产品的购买力上很有说服力。

（二）文化因素

另一个代表需求因素的指标就是该区域居民的文化水平程度。居民对文化产品的需求也会受到自身文化水平的影响。如前文所述，文化消费除了建立在充足的闲置收入基础上，还涉及到个人的精神境界，因为个人通过消费文化产品是为了获得精神上的满足。同时，文化产品中许多都与人们的文化知识紧密相连。因此，具备相应的文化水平是消费文化产品的前提，如果个人无法理解文化产品的内涵，也就不会产生购买需求，即使是在个人可支配收入水平充足的前提下。因此，居民的文化水平是能够更好的享用文化产品的保证。本文选取 2000-2016 年各省市“每万人口中在校大学生的数量”来衡量长江经济带城镇居民的文化水平。

（三）价格因素

根据微观经济学中的供求原理，消费者对一般商品的需求量随着该商品价格的上升而减少，随着该商品价格的降低而增加。这个基本原理对于文化产品的消费同样适用。如果文化产品的价格上涨，人们就会相应的减少对文化产品的购买；如果文化产品的价格得到有效的控制，保持合理的水平，人们就会相应的增加对它的购买。本文选取各省市 2000-2016 年“城镇居民娱乐教育文化用品及服务价格指数”（以 2000 年为基期）来衡量文化产品的价格水平。

（四）政策因素

我国文化产业发展模式不同于许多西方国家，因为我国文化产业受到当地政府的管制和调控，因此地区政府对于文化产业的投入和管理关系到文化产业的前途和命运。由于文化产业在我国处在发展上升的阶段，在此过程中难免会遇到问题，加上各地区发展水平不同，因此文化产业的发展离不开政府对其进行管控。除了良好的政策性调控、科学的管理外，强有力的投入也显得至关重要。将政府对文化产业的投入力度量化到具体指标上就是每年的资金投入额。本文选取各省市 2000-2016 年“人均文化事业费投入来衡量政府对文化产业的资金投入力度。文化事业费是指国家投入到文化产业上以促进其发展的经费支出，例如国家出资建设展览馆、博物馆、图书馆和名人馆，或者建设广电传媒设施、出版图书、报刊等等。

（五）支出水平

本文选取“城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出”来衡量长江经济带中城镇居民文化消费支出水平，该指标来自于 2001-2017 年各省市的《统计年鉴》，具体分为三类支出：第一类是“文化娱乐用品支出”，第二类是“文化娱乐服务支出”，第三类是“教育支出”。该指标来自官方统计，涵盖范围广泛，同时符合国内外学者们对文化消费的定义，因此能够代表长江经济带各省市城镇居民文化消费支出水平该指标也就是本文所要建立的模型中的因变量。

二、模型构建

（一）模型原理

面板数据在时间序列上包含若干截面，在这些截面上包含许多样本数据，这些数据汇总在一起就是面板数据。任何变量在每个时间点上都会有相对应的数据，某个变量按照时间顺序排列的所有时间点数据构成了时间序列。若干个个体在同一时点上的所有变量所对应的数据，结合在一起就是截面数据。

面板数据模型分为混合效应模型、固定效应模型和随机效应模型这三种，至于如何选择何种模型进行实证分析，需要运用 F 检验和豪斯曼检验这两种方法。F 检验是用来确定选择混合效应模型还是选择固定效应模型，豪斯曼检验是用来确定选择固定效应模型还是随机效应模型。

面板数据模型在实证分析中具有很多优势。由于它具有时间序列的持续性特点和截面数据个体种类多的特点，一方面它能描述某个个体在一段时间内的动态发展过程，另一方面它能够研究若干个体间差异性。因为面板数据中包含若干个体的若干指标，因而特别能反映若干个体在相同指标上体现出的差异性，从而发现影响个体间表现出差异的原因。由于面板数据是截面数据和时间序列的结合体，这在数据结构上表明面板数据具有二维性，这在一定程度上能减轻模型中可能存在的多重共线性。通常情况下，面板数据包含了较大的数据容量，既可以削弱共线性，也有利于研究个体间差异的表现。

(二)模型简介

单方程面板数据模型的一般形式如下：

$$y_{it} = \alpha_i + x_{it}\beta_i + u_{it}, \quad i = 1, 2, 3, \dots, n, \quad t = 1, 2, 3, \dots, T \quad (4-1)$$

$$X_{it} = (X_{it1}, X_{it2}, \dots, X_{itk}) \quad B_i = (\beta_{i1}, \beta_{i2}, \dots, \beta_{ik})' \quad (4-2)$$

i. 代表模型中的个体数量，t 代表模型中变量数据的时间点。 X_{it} 为 $1 \times K$ 向量， β_i 为 $1 \times K$ 向量，K 为解释变量的数目。 β 为解释变量 x 的系数，a 为模型的常数项，u 为模型的随机误差项。

该模型一般有如下三种情形：

情形 1: $\alpha_i = \alpha_j$. $\beta_i = \beta_j$

情形 2: $\alpha_i \neq \alpha_j$. $\beta_i = \beta_j$

情形 3: $\alpha_i \neq \alpha_j$. $\beta_i \neq \beta_j$

第一种情形，在横截面上无个体影响，也无结构变化，根据普通最小二乘法得出了 a 和 β 并不会影响模型效果，相当于将多个时期的截面数据放在一起作为样本数据。第二种情形，称为变截距模型，在横截面上的个体影响不同，个体影响表现为模型中被忽略的反映个体差异的变量的影响。第三种情况，称为变系数模型，除存在个体影响外，在横截面上还存在变化的经济结构，因而结构参数在不同横截面单位上是不同的。

一般情况下该模型以对数形式表示，因为这样有利于变量数据之间能够更好的拟合，同时消除几个自变量之间产生的交互影响，因此，对模型取对数以后可得：

$$\ln y_{it} = \alpha_i + \beta_i \ln x_{it} + u_{it} \quad (4-3)$$

将本文选取的指标带入该模型中，可得：

$$\ln exp_{it} = \alpha_{it} + \ln inc_{it} + \ln cost_{it} + \ln price_{it} + \ln edu_{it} + u_{it} \quad (4-4)$$

exp 代表城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出，inc 代表城镇居民家庭年人均可支配收入，cost 代表人均文化事业费投入，price 代表城镇居民娱乐教育文化用品及服务价格指数，edu 代表每万人口中在校大学生的数量。

三、数据来源

长江经济带包含九个省份和两个直辖市，由于云南省的统计口径与其他省市不同，因此本文研究范围是长江经济带的八个省份和两个直辖市，数据来源于这些省和直辖市 2001-2017 年的《统计年鉴》。描述长江经济带城镇居民文化消费现状时，引用的数据还包括 2001-2017 年的《中国文化文物统计年鉴》和《文化及相关产业统计年鉴》。

第五章 实证分析

一、描述性统计

上文已经选取了模型中所需的一个因变量指标和四个自变量指标，在建立模型之前，第一步是要对这 5 个指标对应的数据进行描述性统计分析。expenditure 代表城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出；income 代表城镇居民家庭年人均可支配收入；cost 代表人均文化事业费投入；price 代表娱乐教育文化用品及服务价格指数；education 代表文化水平程度。

表 5-1 描述性统计结果

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
expenditure	170	1591	855.9	363.7	4931
income	170	17702	10608	5104	57692
cost	170	25.31	28.33	2.440	156.9
price	170	113.2	10.36	92.64	141.5
education	170	152.0	69.48	20.10	307

表 5-1 显示，城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出的均值为 1591 元，最小值为 363.7 元，最大值为 4931 元，标准差为 855.9 元，最小值出现在 2000 年的江西省，最大值出现在 2014 年的上海市，这反映了城镇人均教育文化娱乐服务支出在不同省份、不同年度之间的差别很大，从侧面说明长江经济带各省市之间文化消费水平差距较大，各区域之间的发展并没有协调一致，因此在研究长江经济带城镇居民文化消费影响因素时，不能对所有地区一概而论，需要结合各省市当地情况有区别的分析影响因素。

城镇居民家庭年人均可支配收入的均值为 17702 元，最小值为 5104 元，最大值为 57692 元，最小值出现在 2000 年的江西省，最大值出现在 2016 年的上海市。这反映了城镇人均可支配收入在不同省份、不同年度之间的差别很大，从侧面说明不同地区的居民的经济条件存在差异，这种发展的不平衡会导致在长江经济带不同区域，个人经济水平对文化消费支出的影响程度会不同。

人均文化事业费投入的均值为 2531 元，最小值为 2.44 元，最大值为 156.9 元，最小值出现在 2000 年的四川省，最大值出现在 2016 年的上海市。这反映了城镇人均文化事业费在不同省份、不同年度之间的差别很大。该指标代表的是当地政府对文化

产业的投入力度，一些经济发达的地区，不仅当地居民会因此有更多闲置资金去消费文化产品，政府也会因此在文化产业上投入更多资金进行不断的产业优化升级，因此必须认识到长江经济带各省市政府对文化产业的扶持力度有所不同。

娱乐教育文化用品及服务价格指数的均值为 113.2, 最小值为 92.64, 最大值为 141.5。这是以各省市 2000 年文娱价格为基期进行推算的，最大值出现在 2016 年的重庆市，最小值来自于上海市 2012 年的数据。这反映了娱乐教育文化用品及服务价格指数在不同省份、不同年度之间的差别很大，各地区之间政府对文化产品价格的管控力度不同，特别是在经济发展较差的地区，文化产业的发展本身就受到经济水平的影响了，如果物价调控存在问题，对于当地文化消费来说无疑是雪上加霜。

文化水平程度的均值为 152 人，最小值为 20.1 人，最大值为 307 人，最小值来自于 2000 年贵州省，最大值出现在 2015 年重庆市。这反映出文化水平程度在不同省份、不同年度之间的差别很大。长江经济带的省市间教育发展不平衡，地区间居民文化水平高低不同，不同省市城镇居民对于文化产品会产生不同的消费倾向，在一定层次上影响提高或降低文化消费水平。

二、相关性分析

Pearson 相关系数是用来检验两个变量对应的数据之间是否存在线性关系的工具。该系数的绝对值小于等于取值 1, 系数符号为正号，代表变量间存在正向相关；负号代表负向相关，绝对值越大，说明相关性越强。本文采用 `PearsonTest` 来考察各变量之间的相关性⁹，结果见表 5-2：

表 5-2 相关性分析					
	Inexp	Ininc	Incost	Inprice	Inedu
Inexp	1				
Ininc	0.302	1			
Incost	0.254	0.218	1		
Inprice	0.129	0.134	0.0767	1	
Inedu	0.392	0.129	0.357	0.256	1

由于各变量之间的相关系数最大值为 0.392, 最小值为 0.0767, 表明变量间存在弱相关关系，并不存在严重的多重共线性问题。

三、平稳性检验

本文所选取的数据属于面板数据，由于面板数据是截面数据和时间序列的复合体，因此它具有截面数据和时间序列自身的特点。时间序列数据可能存在非平稳性，面板数据也可能存在这种问题，这会导致模型出现伪回归现象，因此需要对 2000-2016 年长江经济带各省市的相关指标数据进行平稳性检验。检验数据平稳性需要用到单位根检验，具体方法包括 LLC 检验、ADF 检验和 IPS 检验。这三种检验方法都假设原数据存在非平稳性，如果这三种检验最终都认为原假设不成立，即数据存在平稳性，则可以推定变量数据是平稳的，这将具有很强的说服力。具体检验结果如表 5-3 所示：

⁹Inexp 代表城镇居民家庭年人均教育文化娱乐服务支出 Ininc 代表城镇居民家庭年人均可支配收入 Incost 代表人均文化事业费投入 Inprice 代表城镇居民娱乐教育文化用品及服务价格指数 Inedu 代表每万人口中在校大学生的数量

表 5-3 平稳性检验结果

变量	LLC 检验		ADF 检验		IPS 检验		结果
	统计量	p 值	统计量	p 值	统计量	P 值	
Inexp	-3.7498	0.0001	57.2453	0.0000	-2.0778	0.0400	平稳
Ininc	-2.8152	0.0024	44.2154	0.0014	-2.4809	0.0230	平稳
Incost	-2.1134	0.0173	43.7258	0.0016	-2.9940	0.0000	平稳
Inprice	-3.4385	0.0397	31.8664	0.0447	-2.2479	0.0742	平稳
Inedu	-6.1329	0.0000	40.3904	0.0395	-3.5830	0.0214	平稳

表 5-3 显示,对于城镇人均教育文化娱乐服务支出 (expenditure) 来说,LLC 检验的统计量为-3.7498,相应的 P 值为 0.0001,说明检验结果否定了面板数据非平稳的原假设,即城镇人均教育文化娱乐服务支出是平稳的; ADF 检验的统计量为 57.2453,相应的 P 值为 0.0000,说明检验结果否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的; IPS 检验的统计量为-2.0778,相应的 P 值为 0.0400,说明检验结果在 5%的显著性水平上否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的;综合三种检验结果来看,城镇人均教育文化娱乐服务支出 (expenditure) 是平稳的。

对于城镇人均可支配收入 (income) 来说, LLC 检验的统计量为-2.8152,相应的 P 值为 0.0024,说明检验结果否定了面板数据非平稳的原假设,即城镇人均可支配收入是平稳的; ADF 检验的统计量为 44.2154,相应的 P 值为 0.0014,说明检验结果否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的; IPS 检验的统计量为-2.4809,相应的 P 值为 0.023,虽然在 1%的显著性水平上没有否定原假设,但在 5%的显著性水平上通过了检验,说明检验结果否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的;综合三种检验结果来看,城镇人均可支配收入 (income) 是平稳的。

对于城镇人均文化事业费投入 (cost) 来说, LLC 检验的统计量为-2.1134,相应的 P 值为 0.0173,说明检验结果在 5%的显著性水平上否定了面板数据非平稳的原假设,即城镇人均文化事业费投入是平稳的; ADF 检验的统计量为 43.7258,相应的 P 值为 0.0016,说明检验结果否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的; IPS 检验的统计量为-2.9940,相应的 P 值为 0.0000,说明检验结果否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的;综合三种检验结果来看,城镇人均文化事业费投入 (cost) 是平稳的。

对于娱乐教育文化用品及服务价格指数 (price) 来说, LLC 检验的统计量为-3.4385,相应的 P 值为 0.0397,说明检验结果在 5%的显著性水平上否定了面板数据非平稳的原假设,即娱乐教育文化用品及服务价格指数是平稳的; ADF 检验的统计量为 31.8664,相应的 P 值为 0.0447,说明检验结果在 5%的显著性水平上否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的; IPS 检验的统计量为-2.2479,相应的 P 值为 0.0742,说明检验结果在 10%的显著性水平上否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的;综合三种检验结果来看,娱乐教育文化用品及服务价格指数 (price) 是平稳的。

对于文化水平程度 (education) 来说, LLC 检验的统计量为-6.1329,相应的 P 值为 0.0000,说明检验结果否定了面板数据非平稳的原假设,即文化水平程度是平稳的; ADF 检验的统计量为 40.3904,相应的 P 值为 0.0395,说明检验结果在 5%的显著性水平上否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的; IPS 检验的统计量为-3.5830,相应的 P 值为 0.0214,说明检验结果在 5%的显著性水平上否定了面板数据非平稳的原假设,即该指标是平稳的;综合三种检验结果来看,文化水平程度 (education) 是平稳的。

四、模型的建立及分析

（一）全样本回归分析

表 5-4 显示, F 统计量为 16.88, Prob 值为 0.0000, 故否定原假设, 即选择固定效应回归、拒绝混合回归。chi2 值为 6.91, Prob 值为 0.2277, 故接受原假设, 即选择随机效应回归、拒绝固定效应回归。根据表 5-4, 进行具体分析:

表 5~4 全样本回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	0.816	0.139	5.890	0.000
Incost	-0.514	0.174	-2.960	0.003
Inprice	-0.479	0.212	-2.256	0.026
Inedu	0.421	0.162	2.600	0.009
cons	-2.013	0.932	-2.160	0.031
F-test , F(12, 315)=16.88 Prob>F=0.0000				
chi2(7)=6.91, Prob>chi2=0.2277				

城镇人均可支配收入 (Ininc) 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.816, 表明从整体上看, 城镇人均可支配收入对长江经济带城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 长江经济带城镇居民文化消费支出相应的增加 0.816%。

人均文化事业费投入 (Incost) 的 P 值为 0.003, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 -0.514, 表明从整体上看, 城镇人均可支配收入对长江经济带城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 人均文化事业费投入每增加 1%, 长江经济带城镇居民文化消费支出相应的减少 0.514%。

娱乐教育文化用品及服务价格指数 (Inprice) 的 P 值为 0.026, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 -0.479, 表明从整体上看, 城镇人均可支配收入对长江经济带城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 长江经济带城镇居民文化消费支出相应的减少 0.479%。

文化水平程度 (Inedu) 的 P 值为 0.009, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.421, 表明从整体上看, 城镇人均可支配收入对长江经济带城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 长江经济带城镇居民文化消费支出相应的增加 0.421%。

（二）变系数模型分析

模型 (1) 虽然可以分析 10 个省市的城镇人均教育文化娱乐服务支出与人均可支配收入等之间的关系, 但这一结果却是整体的, 无法反映出每个省市的具体情况, 换句话说, 城镇人均教育文化娱乐服务支出与人均可支配收入等之间的关系不论是从影响程度还是显著性上, 可能都存在较大差异。为此, 在模型 (1) 基础上, 进一步采用变系数模型对 10 个省市的情况进行了逐一回归分析, 以考察变量之间的差异化影响。

由表 5-5 可知, $\chi^2(96)=129.2$, $\text{Prob}>\chi^2=0.0000$, 所以应该用变系数模型针对十个省市分别做出回归模型进行分析。

表 5-5 变系数回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	0.872	0.298	2.920	0.004
Incost	0.0633	0.026	2.426	0.016
Inprice	-2.056	0.961	-2.140	0.032
Inedu	0.191	0.102	1.860	0.062
cons	7322	1.603	4.569	0.000

Test of parameter constancy: chi2(96) =129.2, Prob>chi2 = 0.0000

Group-specific coefficients

表 5-6 代表安徽省城镇居民文化消费影响因素回归结果, Ininc 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 1.125, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带中安徽地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加 1.125%。Incost 的 P 值为 0.766, 表明该变量没有通过显著性检验, 说明安徽省城镇人均文化事业费投入对该地区城镇居民文化消费支出没有显著影响。Inprice 的 P 值为 0.002, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为-2.740, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对该地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的减少 2.74%。Inedu 的 P 值为 0.028, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.461, 表明文化水平程度对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 安徽地区平均每万人口中大学生数量每增加 1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加 0.461%。

表 5-6 安徽省城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	1.125	0.256	4.390	0.000
Incost	0.0362	0.122	0.300	0.766
Inprice	-2.740	0.904	-3.030	0.002
Inedu	0.461	0.211	2.190	0.028
cons	9.246	3.773	2.450	0.014

表 5-7 代表江苏省城镇居民文化消费影响因素回归结果, Ininc 的 P 值为 0.067, 代表着该变量在 10% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.982, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带中江苏地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加 0.982%。Incost 的 P 值为 0.342, 表明该变量没有通过显著性检验, 说明江苏省城镇人均文化事业费投入对该地区城镇居民文化消费支出没有显著影响。Inprice 的 P 值为 0.032, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为-1.063, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对该地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的减少 1.063%。Inedu 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.547, 表明文化水平程度对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 江苏地区平均每万人口中大学生数量每增加 1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加 0.547%。

表 5-7 江苏省城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	0.982	0.530	1.852	0.067
Incost	0.453	0.475	0.953	0.342
Inprice	-1.063	0.496	-2.140	0.032

Inedu	0.547	0.0905	6,040	0.000
cons	7.995	1140	2.550	0.011

表5-8代表浙江省城镇居民文化消费影响因素回归结果, Ininc的P值为0.016, 代表着该变量在5%的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为0.875, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带中浙江地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加0.875%。Incost的P值为0.271, 表明该变量没有通过显著性检验, 说明浙江省城镇人均文化事业费投入对该地区城镇居民文化消费支出没有显著影响。Inprice的P值为0.058, 代表着该变量在10%的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为-0.927, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对该地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的减少0.927%。Inedu的P值为0.003, 代表着该变量在1%的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为0.297, 表明文化水平程度对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 浙江地区平均每万人口中大学生数量每增加1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加0.297%。

表 5-8 浙江省城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	0.857	0.361	2.426	0.016
Incost	0.468	0.400	1.173	0.271
Inprice	-0.927	0.482	-1.923	0.058
Inedu	0.297	0.0996	2.990	0.003
cons	5.599	2.500	2.258	0.025

表5-9代表上海市城镇居民文化消费影响因素回归结果, Ininc的P值为0.000, 代表着该变量在1%的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为1.069, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带中上海地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加1.069%。Incost的P值为0.605, 表明该变量没有通过显著性检验, 说明上海市城镇人均文化事业费投入对该地区城镇居民文化消费支出没有显著影响。Inprice的P值为0.086, 代表着该变量在10%的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为-1.149, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对该地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的减少1.149%。Inedu的P值为0.000, 代表着该变量在1%的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为0.441, 表明文化水平程度对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 上海地区平均每万人口中大学生数量每增加1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加0.441%。

表 5-9 上海市城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	1.069	0.141	7.580	0.000
Incost	0.0403	0.0779	0.520	0.605
Inprice	-1.149	0.668	-1.720	0.086
Inedu	0.441	0.0874	5.050	0.000
cons	1.983	0.692	2.865	0.007

表5-10代表湖北省城镇居民文化消费影响因素回归结果, Ininc的P值为0.000, 代表着该变量在1%的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为0.729, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带中湖北地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加0.729%。Incost的P值为0.613, 表明该变量没有通过显著性检验,

说明湖北省城镇人均文化事业费投入对该地区城镇居民文化消费支出没有显著影响。Inprice 的 P 值为 0.011, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 -0.712, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对该地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的减少 0.712%。Inedu 的 P 值为 0.085, 代表着该变量在 10% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.689, 表明文化水平程度对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 湖北地区平均每万人口中大学生数量每增加 1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加 0.689%。

表 5-10 湖北省城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	0.729	0.146	5.010	0.000
Incost	0.335	0.667	0.502	0.613
Inprice	-0.712	0.286	-2.491	0.011
Inedu	0.689	0.401	1.720	0.085
cons	-9.019	3.146	-2.870	0.004

表 5-11 代表湖南省城镇居民文化消费影响因素回归结果, Ininc 的 P 值为 0.053, 代表着该变量在 10% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.605, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带湖南地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加 0.605%。Incost 的 P 值为 0.338, 表明该变量没有通过显著性检验, 说明湖南省城镇人均文化事业费投入对该地区城镇居民文化消费支出没有显著影响。Inprice 的 P 值为 0.016, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 -0.832, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对该地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的减少 0.832%。Inedu 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.581, 表明文化水平程度对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 湖南地区平均每万人口中大学生数量每增加 1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加 0.581%。

表 5-11 湖南省城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	0.729	0.146	5.010	0.000
Incost	0.335	0.667	0.502	0.613
Inprice	-0.712	0.286	-2.491	0.011
Inedu	0.689	0.401	1.720	0.085
cons	-9.019	3.146	-2.870	0.004

表 5-12 代表江西省城镇居民文化消费影响因素回归结果, Ininc 的 P 值为 0.003, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.824, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带江西地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 江西地区城镇居民文化消费支出相应的增加 0.824%。Incost 的 P 值为 0.195, 表明该变量没有通过显著性检验, 说明江西省城镇人均文化事业费投入对该地区城镇居民文化消费支出没有显著影响。Inprice 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 -0.596, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对长江经济带中江西地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加 1%, 江西地区城镇居民文化消费支出相应的减少 0.596%。Inedu 的 P 值为 0.004, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.642, 表明文化水平程度对长江经济带中江西地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 江西地区平均每万人口中大学生数量每增加 1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加 0.642%。

表 5-12 江西省城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	0.824	0.277	2.980	0.003
Incost	1.310	1.009	1.298	0.195
Inprice	-0.596	0.050	-11.86	0.000
Inedu	0.642	0.222	2.890	0.004
cons	72.73	7.418	9.800	0.000

表 5-13 代表四川省城镇居民文化消费影响因素回归结果, Ininc 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.302, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带四川地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加 0.302%。Incost 的 P 值为 0.031, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验, 该变量的系数为 0.397, 表明人均文化事业费投入对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加 0.397%。Inprice 的 P 值为 0.026, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 -0.532, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对该地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的减少 0.532%。Inedu 的 P 值为 0.063, 代表着该变量在 10% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.805, 表明文化水平程度对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 四川地区平均每万人口中大学生数量每增加 1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加 0.805%。

表 5-13 四川省城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	0.302	0.075	4.050	0.000
Incost	0.397	0.184	2.160	0.031
Inprice	-0.532	0.236	-2.256	0.026
Inedu	0.805	0.433	1.860	0.063
cons	-2.854	1.149	-2.483	0.012

表 5-14 代表贵州省城镇居民文化消费影响因素回归结果, Ininc 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.289, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带贵州地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加 0.289%。Incost 的 P 值为 0.001, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验, 该变量的系数为 0.487, 表明人均文化事业费投入对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加 0.487%。Inprice 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 -0.198, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对该地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的减少 0.198%。Inedu 的 P 值为 0.043, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.543, 表明文化水平程度对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 贵州地区平均每万人口中大学生数量每增加 1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加 0.543%。

表 5-14 贵州省城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	p 值
Ininc	0.289	0.050	5.820	0.000
Incost	0.487	0.149	3.260	0.001
Inprice	-0.198	0.047	-4.176	0.000

Inedu	0.703	0.348	2.018	0.043
cons	-9.023	2.350	-3.840	0.000

表 5-15 代表重庆市城镇居民文化消费影响因素回归结果中, Ininc 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.581, 表明城镇人均可支配收入对长江经济带重庆地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加 0.581%。Incost 的 P 值为 0.015, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验, 该变量的系数为 0.366, 表明人均文化事业费投入对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 人均可支配收入每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的增加 0.366%。Inprice 的 P 值为 0.024, 代表着该变量在 5% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 -0.326, 表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对该地区城镇居民的文化消费支出存在负向影响, 娱乐教育文化用品及服务价格指数每增加 1%, 该地区城镇居民文化消费支出相应的减少 0.326%。Inedu 的 P 值为 0.000, 代表着该变量在 1% 的显著性水平上通过检验; 该变量的系数为 0.763, 表明文化水平程度对该地区城镇居民的文化消费支出存在正向影响, 重庆地区平均每万人口中大学生数量每增加 1%, 城镇居民文化消费支出相应的增加 0.763%。

表 5-15 重庆市城镇居民文化消费影响因素回归结果

自变量	系数	标准差	t 值	P 值
Ininc	0.581	0.157	3.690	0.000
Incost	0.366	0.151	2.430	0.015
Inprice	-0.326	0.144	-2.260	0.024
Inedu	0.763	0.192	3.968	0.000
cons	-5.820	2.682	-2.170	0.030

(三) 归类和比较分析

在逐一分析长江经济带各省市城镇居民人均可支配收入、城镇居民人均文化事业费投入、娱乐教育文化用品及服务价格指数、文化水平程度的检验结果和系数之后, 对这些省市进行归类和比较分析。归类的依据是地理位置: 按照长江经济带下游省市、中游省份和上游省市进行分类。¹⁰将地理位置作为归类依据, 是由于长江经济带涵盖东中西区域, 覆盖范围极广。随着地理位置发生大幅变化, 各省市所处的地理环境、人文环境、经济环境等因素会存在差异, 居民文化消费水平和影响因素可能因此改变, 需要重视东中西区域居民文化消费可能存在的差异。

对于城镇居民可支配收入这个指标, 十个省市的数据都通过了显著性检验, 且对应的系数为正数, 表明城镇居民可支配收入对长江经济带下游、中游、上游省市城镇居民的文化消费水平均有正向作用。该项指标的系数是: 下游省市依次为: 1.125、0.982、0.875、1.069, 最小值为 0.875; 中游省份依次为 0.729、0.605、0.824, 最大值 0.824, 最小值为 0.605; 上游省市依次为 0.302、0.289、0.581, 最大值为 0.581。观察可知, 0.875 大于 0.824, 0.605 大于 0.581, 表明该指标对下游省市城镇居民的文化消费水平有更强烈的促进作用, 而对上游省市的促进作用最弱。说明下游省市相比中游省份和上游省市来说, 经济水平更高, 城镇居民可支配更高比重的收入去消费文化产品; 而中游省份和上游省市的经济水平相对落后, 投入到文化产品上的资金占可支配收入的比重更小, 即下游省份城镇居民的边际消费倾向更大, 中游省份和上游省市相对较小。

对于城镇居民人均文化事业费投入这个指标, 只在上游省市的回归方程中通过了显著性检验, 且系数为正数, 表明该指标

¹⁰下游省市: 江苏省、上海市、安徽省、浙江省中游省份: 湖北省、湖南省、江西省上游省份: 重庆市、云南省、贵州省、四川省

仅仅对长江经济带的上游省市城镇居民文化消费水平具有促进作用。说明下游省市和中游省份由于经济水平相对发达，文化产业的发展水平相对上游省市来说更高，因此下游省份和中游省份的政府对文化产业上的资金投入更多，这投入程度由于较高，对文化消费的作用已经开始递减，甚至没有了明显的作用。而上游省份相对落后，政府对文化产业的资金投入也就显得相对重要。

对于娱乐教育文化用品及服务价格指数这个指标的系数在十个省市的回归方程中均为负数，都通过了显著性检验，表明娱乐教育文化用品及服务价格指数对当地的文化消费水平有抑制作用。该项指标的系数是：下游省市依次为：-2.740、-1.063、-0.927、-1.149,对这四个数值取绝对值，最小值为0.927；中游省份依次为-0.712、-0.832、-0.596,对这三个数值取绝对值，最大值为0.832,最小值为0.596；上游省市依次为-0.532、-0.198、-0.326,对这三个数值取绝对值，最大值为0.532。观察可知，0.927大于0.832,0.596大于0.532,说明下游省市的经济水平相比于中游省份和上游省市来说更高，城镇居民可支配收入中有更高的比重投入到文化产品上，下游省市文化产业发展更快，文化产品形式和内容更多，价格水平也会更高。同时当地居民对文化产品价格的敏感程度更高，一旦文化产品的价格提高，居民就会暂时放弃对该项产品的消费，这就会抑制当地的文化消费。

对于文化水平程度这个指标的系数在十个省市的回归方程中均为正数，都通过了显著性检验，表明文化水平程度对当地的文化消费水平有提升作用。该项指标的系数是：下游省市依次为：0.461、0.547、0.297、0.441,最大值为0.547；中游省份依次为0.689、0.581、0.642,最大值为0.689,最小值为0.581；上游省市依次为0.805、0.703、0.763,最小值为0.703。观察可知，0.547小于0.581,0.689小于0.703,说明下游省份经济水平较高，文化产业发展水平更高，政府在文化产业上的投入更多，因此形成了良好的文化消费环境，同时当地居民已经有了比较新颖的消费观念，因此对于文化水平程度对文化产品的消费热情影响不是很大。而中游省份和上游省市由于经济水平落后、政府投入力度较低，居民在文化产品消费观念上也会较保守，所以受到文化水平的影响更加明显。

第六章 研究结论及政策建议

研究结论

本文以长江经济带各省份和直辖市城镇居民的文化消费水平为研究对象，选取“城镇人均教育文化娱乐服务支出”作为因变量，“城镇人均可支配收入”、“人均文化事业费投入”、“娱乐教育文化用品及服务价格指数”、“文化水平程度”作为自变量，利用面板数据模型和变系数模型对这些指标进行回归分析，最终得出如下结论：

第一，城镇居民人均可支配收入对长江经济带各省份和直辖市城镇居民文化消费都有着显著的正向作用，即在其他因素不变的情况下，城镇居民人均可支配收入增加，将会促进文化消费水平的提高，城镇居民人均可支配收入降低，将会导致文化消费水平的降低。同时，城镇居民人均可支配收入对长江经济带各省市城镇居民文化消费的影响程度不同，从下游到上游呈递减趋势。

第二，人均文化事业费投入只对长江经带的上游省市有正向作用，对其余省市都没有显著影响。

第三，娱乐教育文化用品及服务价格指数对长江经济带各省份和直辖市城镇居民文化消费都有着显著的负向作用，即在其他因素不变的情况下，娱乐教育文化用品及服务价格指数上升，将会导致文化消费水平降低，娱乐教育文化用品及服务价格指数降低，将会促进文化消费水平上升。同时，娱乐教育文化用品及服务价格指数对长江经济带各省市城镇居民文化消费的影响程度不同，从下游到上游整体呈递减趋势。

第四,文化水平程度对长江经济带各省份和直辖市城镇居民文化消费都有着显著的正向作用,即在其他因素不变的情况下,平均每万人口中大学生数量增加,将会促进文化消费水平的提高,平均每万人口中大学生数量降低,将会导致文化消费水平的降低。同时,文化水平程度对长江经济带各省市城镇居民文化消费的影响程度不同,从下游到上游整体呈递增趋势。

二、政策建议

根据研究情况和上述结论,本文在如何提高长江经济带城镇居民文化消费水平这方面给出如下建议:

第一,促进长江经济带经济发展,提高城镇居民可支配收入水平。根据前文介绍的一些消费理论,这些理论多次强调了收入水平的重要性。同时,理论中也多次提到文化产品的消费是在居民生活水平得到提高以后才出现的,因此文化消费与经济水平有着紧密联系。再者,可支配收入水平对长江经济带下游省市城镇居民文化消费的影响程度高于中部和西部省市,还是由于中游省份和上游省市经济水平相对落后,当地居民对文化产品的消费水平本就不高,在收入得到提高后,还是会将大部分收入用于物质消费,因此,提高城镇居民可支配收入是解决问题的关键。

第二,完善文化基础设施建设,促进区域协同发展。由于文化产业的发展受到当地政府的管控,文化设施投入力度也由政府决定,因此政府在管理上需要灵活合理。政府可以适当地简政放权,例如在针对商业性质的文化事业建设上,可以出台相关政策,使得商业性的文化投资建设得到规范管理,同时也可以出台一些鼓励、吸引企业对文化产业投资的文件,调动企业的积极性;对于公益性的文化投资建设,政府需要专注投入。针对长江经济带上游省市,政府可以继续加大对文化固定资产的投入力度,完善文化基础设施,使得文化类产品得到不断推广,从而刺激文化消费;针对中游和下游省市,政府需要加强招商引资,使得商业性质的文化事业建设越来越多,将市场经济引入文化事业,提高其效率。

第三,加强文化价格调控,完善市场竞争机制。娱乐教育文化用品及服务价格指数对长江经济带各省市城镇居民文化消费的影响程度从下游到上游整体呈递减趋势,是因为城镇居民的收入水平整体上呈递减趋势,因此投入在文化产品上的支出也呈递减趋势,这才造成了长江经济带下游、中游、上游城镇居民对文化产品价格的敏感程度不一样。如果一方面针对文化产品进行严格的价格调控,另一方面在当地招商引资,引入文化类企业,完善文化产品市场的竞争机制,发挥市场经济的优势,这将会从两方面促使文化产品的价格水平降低。对于收入水平相对落后的上游、中游地区,文化产品价格的降低一定程度上弥补了收入水平较低的缺陷;对于下游地区,文化产品的价格水平得到稳定的控制后,也有利于该地区省市文化消费的平稳上升。

第四,完善教育体制建设,加强文化消费宣传。如前文所述,文化消费品中有一部分属于大众类文化产品,这部分产品对居民的文化水平要求不高;还有一部分就属于对居民文化水平要求较高的文化产品了。居民对文化产品的消费,除了要有一定经济水平作为保证外,还要有相应的文化水平作为驱动因素。不断完善我国教育体制,使得城镇居民们能够接受到良好的教育,会在一定程度上促进居民对文化产品的购买。同时,由于经济落后地区城镇居民在文化消费上的观念陈旧,加强对这些区域在文化消费方面的宣传,可以促使这些地区的居民逐渐改变文化产品的消费观念,从而在文化产品上支出更多。

参考文献

- [1]霍克海默,阿道尔诺.启蒙辩证法[M].上海:上海人民出版社,2006.
- [2]尹世杰.略论发展文化产业的几个问题[J].经济学家,2012(6):101-102.
- [3]徐淳厚.关于文化消费的几个问题[J].北京商学院学报,1997(4):46-49.
- [4]罗晓玲.近年我国文化消费研究述评[J].华中农业大学学报(社会科学版),2004(3):70-74.

-
- [5]杨晓光. 关于文化消费的理论探讨[J]. 山东社会科学, 2006(3): 156-159.
- [6]苏宁. 文化产业发挥与提升文化软实力的战略研究[J]. 四川省干部函授学院学报, 2011(1): 1-4.
- [7]金元浦. 消费引领: 补齐我国文化产业发展的短板[J]. 同济大学学报(社会科学版), 2013(5): 39-44.
- [8]资树荣. 消费者的文化资本研究[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2014(4): 38-41.
- [9]彭真善, 王海英. 对发展农村精神文化消费的思考[J]. 经济问题探索, 1999(8): 24-25.
- [10]冯义涛. 上海市民收入变化对文化消费的影响[J]. 上海经济研究, 2000(11): 21-21.
- [11]曹俊文. 精神文化消费指标体系的探讨[J]. 上海统计, 2002(4): 42-43.
- [12]郑文化消费: 概念辨析与政策重构[J]. 中国文化产业评论, 2013(2): 335-346.
- [13]欧翠珍. 文化消费研究述评[J]. 经济学家, 2010(3): 91-96.
- [14]马斯洛. 马斯洛人本哲学[M]. 长春: 吉林出版集团有限公司, 2013.
- [15]Cameron S. The Demand for Cinema in the United Kingdom [J], Journal of Cultural Economics, 1990(14): 35-47.
- [16]Chr. Hjørth-Andersen. A Model of the Danish Book Market [J]. Journal of Cultural Economics, 2000(24): 27-43.
- [17]Ralf Dewenter, Michael Westermann. Cinema Demand in Germany [J], Journal of Cultural Economics, 2005(29): 213-231.
- [18]Victoria Ateca-Amestoy. Cultural Capital and Demand [J]. Economics Bulletin, 2007 (26): 1-9.
- [19]Juan D. Montoro-Pons, Manuel Cuadrado-Garcia. Live and Prerecorded Popular Music Consumption [J]. Journal of Cultural Economics, 2011 (35): 19-48.
- [20]Escardibu, Villarroya. Who Buys Newspapers in Spain? An Analysis of the Determinants of the Probability to Buy Newspapers and of the Amount Spent [J], International Journal of Consumer Studies, 2009 (33): 64-71.
- [21]Tak Wing Chan. The Social Stratification of Cultural Consumption: Some Policy Implications of a Research Project [J]. Cultural Trends, 2007, 16 (4): 373-384.
- [22]Omar Lizardo, Sara Skiles. Highbrow omnivorousness on the small screen: Cultural industry systems and patterns of cultural choice in Europe. Poetics, 2009, 37(1): 1-23.

-
- [23]Jafari A, Taheri B, vom Lehn D. Cultural Consumption, Interactive Sociality, and the Museum [J]. Journal of Marketing Management, 2013, 29(15-16): 1729-1752.
- [24]Gerhards J, Hans S, Mutz M. Social Class and Cultural Consumption: The Impact of Modernisation in a Comparative European Perspective[J]. Comparative Sociology, 2013, 12(2): 160-183.
- [25]Notten N, Lancee B, van de Werfhorst H G, et al. Educational Stratification in Cultural Participation: Cognitive Competence or Status Motivation?[J]. Journal of Cultural Economics, 2014, 39(2): 177-203.
- [26]Manolika M, Baltzis A, Tsigilis N. Measuring Motives for Cultural Consumption: A Review of the Literature [J]. American Journal of Applied Psychology, 2015, 3(1): 1-5.
- [27]Chen T Y, Yeh T L, Lee C Y. Using Cultural Products and Cultural Landscapes to Promote Globalization of Cultural and Creative Industries in Yingge [J]. Soochow Journal of Economics and Business, 2013(82): 35.
- [28]Potts J. New Technologies and Cultural Consumption [J], Handbook of the Economics of Art and Culture, 2013(2): 215.
- [29]胡敏中. 消费文化与文化消费[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2011(1): 88-91.
- [30]张为付, 胡雅落, 张岳然. 生产供给、流通载体与文化产品内生性需求 [J]. 产业经济研究, 2014(1): 51-60.
- [31]王海忠, 王骏昉, 罗捷彬. 要素品牌策略与产品独特性评价: 自我建构和产品性质的调节作用 [J]. 南开管理评论, 2012(4): 111-117.
- [32]潘黎, 吕巍, 王良燕. 储蓄和消费的选择: 自我建构对应对目标冲突的影响 [J]. 管理评论, 2013(3): 27-37.
- [33]何春玲. 我国城镇居民文化消费的发展趋势 [J]. 天津市经理学院学报, 2009(11): 37-38.
- [34]全如琼, 王永贵. 城镇居民文化消费与文化产业发展 [J]. 商业研究, 2011(6): 22-24.
- [35]陈海波, 赵美玲, 徐先翔. 居民文化消费意向影响因素的实证分析 [J]. 消费经济, 2012(1): 60-64.
- [36]谭延博, 吴综杰. 山东省城镇居民文化消费结构探析 [J]. 山东理工大学学报(社会科学版), 2010, 5(2): 15-17.
- [37]国风兰, 刘庆志. 文化消费统计指标体系的设计 [J]. 统计与决策, 2015(8): 36-40.
- [38]刘敏. 居民文化消费意愿和行为影响因素实证研究——基于北京市 1500 个样本调查数据 [J]. 消费经济, 2014(5): 40-47.
- [39]高莉莉, 顾江. 能力、习惯与城镇居民文化消费支出 [J]. 软科学, 2014(12): 23-26.
- [40]戎素云, 闫梅. 河北省文化消费条件影响居民文化消费的实证分析 [J]. 消费经济, 2013(1): 25-30.

-
- [41]鲁虹, 李晓庆. 上海市城镇居民文化消费影响因素实证研究 [J]. 消费经济, 2013 (29): 55-58.
- [42]聂正彦, 苗红川. 我国城镇居民文化消费影响因素及其区域差异研究 [J]. 西北师大学报(社会科学版), 2014 (5): 139-144.
- [43]马玉琪, 扈瑞鹏. 基于面板分位回归模型的我国城镇居民文化消费影响因素分析 [J]. 消费经济, 2015 (2): 79-83.
- [44]王俊杰. 基于面板数据的河南农村文化消费地区差异研究 [J]. 经济地理, 2012 (1): 37-41.
- [45]李宝杨, 熊秀兰, 俞京京. 浙江省城乡居民文化消费差异分析[J]. 区域调研, 2013 (5): 70-75.
- [46]管敏媛, 魏丽云. 江苏省农村家庭文化消费结构及影响因素研究[J]. 中国农学通报, 2014 (17): 110-116.