

我国城镇居民休闲消费潜力时空演化研究

高磊^{1, 2b} 刘松^{2a, 2b1}

(1. 华东师范大学 政治学系, 上海 200241;

2. 常州工学院 a. 经济与管理学院;

b. 长三角文旅休闲产业研究院, 江苏 常州 213032)

【摘要】: 当前我国消费结构面临向休闲消费为主的转型升级, 全面释放居民休闲消费潜力已成为社会经济发展的重要任务。文章通过构建多指标评价体系, 对 1998—2019 年我国城镇居民休闲消费潜力进行综合测度, 考察其时空演化特征。主要研究结论为: 休闲消费潜力可视为休闲消费支出、休闲消费能力和休闲消费环境共同构成的休闲消费系统, 休闲消费支出是反映休闲消费潜力的关键指标; 城镇居民休闲消费潜力的演化大致可分为潜力初显、快速提升、增长与平稳调整三个阶段; 城镇居民休闲消费潜力类型的划分发生了一定调整, 然而多数省份仍具有连续性和一致性, 并且聚类精度逐步提高; 城镇居民休闲消费潜力等级分布存在空间不均衡性, 高水平省份主要集中在东南沿海和京津冀区域并不断向外扩散。基于此, 文章给出了全面释放城镇居民休闲消费潜力的对策建议。

【关键词】: 休闲消费 消费潜力 时空演化 城镇居民

【中图分类号】: F590 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1007-5097 (2021) 08-0086-09

一、引言及文献回顾

休闲消费是指人们在闲暇时间内获得的由市场领域或政治与社会领域提供的休闲服务与休闲产品的活动^[1]。休闲消费潜力则是一定时期内为了满足休闲需要而进行消费的潜在能力, 它从整体上展示了居民的显在消费需求和潜在在休闲消费意愿。当前, 改善居民休闲消费质量进而全面释放居民休闲消费潜力, 是我国社会经济发展面临的新要求与任务。从国内情况来看, 党的十九大指出, 人民日益增长的美好生活需要与不平衡不充分的发展已经成为新时代的主要矛盾。因此, 休闲消费作为满足人民美好生活需要的主要方式, 是社会经济发展的重要内容。从国际经验来看, 一国的人均国内生产总值处于 8000~9000 美元时, 居民消费结构和消费偏好将产生变化, 消费需求的增长将从生存型、数量型向发展型、享受型转变。2019 年, 我国人均国内生产总值已经超过 10000 美元, 这说明居民具备了休闲消费的物质条件, 消费需求也面临从生存型向发展型休闲消费的升级转型。因此, 对我国城镇居民休闲消费潜力进行综合测度, 分析其演变特征和空间分异状况, 进而提出全面释放休闲消费潜力的政策建议, 具有重要的学术价值与现实意义。

国内外学者对休闲消费进行了多方位探讨, 进入 21 世纪, 该领域得到了更多关注。国内学者们最初主要探究休闲消费的基

¹作者简介: 高磊 (1989-), 男, 安徽巢湖人, 博士研究生, 研究方向: 政治经济学;

刘松 (1982-), 男, 山东邹平人, 教授, 博士, 研究方向: 城市休闲, 休闲消费, 休闲行为。

基金项目: 江苏省高校哲学社会科学研究重大项目“江苏城镇居民休闲消费质量测度及提升机制研究”(2020SJZDA058)

本理论问题，包括休闲消费的概念、特征和意义（耿莉萍，2004）^[2]，休闲消费理论模型构建（郭鲁芳，2006；卿前龙和吴必虎，2009）^[3-4]，继而转向对于休闲消费行为的剖析。如休闲消费的能力和结构（楼嘉军等，2015）^[5]以及休闲消费的调查和统计（刘菲，2009；宋瑞，2005）^[6-7]。影响因素分析一直以来是休闲消费研究的重要内容，相关研究有居民收入水平、消费环境、闲暇消费产品及劳务供应、价值观等（尹世杰，2007；臧旭恒，2020）^[8-9]，工资率、非工资收入、工作时间变化（郭鲁芳，2006）^[3]和休闲时间等（王琪延和韦佳佳，2018）^[10]。然而，休闲消费并非仅仅受到单一因素的影响，而是社会经济综合作用的结果（刘婷婷和宋冰洁，2020）^[11]。休闲消费的社会经济影响在近 10 年得到更多探讨，基于投入产出模型，有学者定量测度休闲消费对国民经济及各部门产出增长的贡献率变化（周文丽，2011）^[12]。另有研究发现，休闲消费不仅有助于总消费水平提升，也能够显著改善居民消费内部结构（赵迪和张宗庆，2016）^[13]。

国内关于休闲消费的研究相对较早，经典观点有：所有休闲都包括某种消费，所有消费活动都涉及某种休闲（Becker, 1965）^[14]。后续研究主要集中在三个层面：一是从经济学和社会学领域探讨居民休闲消费行为。经济学研究关注休闲和消费的决策选择（Dane 等，2014）^[15]、休闲和消费效用最大化的检验（Choi 等，2008）^[16]；社会学研究聚焦于休闲消费的动机和偏好（Pritchard 和 Kharouf, 2016）^[17]、休闲消费的特征和趋势（Han 等，2011）^[18]、休闲消费的体验和质量（Kuang, 2017）^[19]。二是考察影响居民休闲消费的因素。主要有不同来源和形式的收入（Pawlowski 和 Breuer, 2012）^[20]、休闲消费观念和社会心理特征（Kim 和 Jang, 2017）^[21]。三是探索休闲消费与经济增长关系。针对休闲和消费的外部性展开理论探讨和实证检验，发现外部性以相对不同的方式影响长期均衡和最优增长率（Gomez, 2008）^[22]。另有学者研究生产、消费和休闲外部性条件下的最优税收政策（Escobar-Posada 和 Monteiro, 2017）^[23]。

通过回溯现有研究文献可以看出，国内外对休闲消费的研究集中于从相关理论概念的界定，到分析休闲与消费的关系、休闲消费与经济增长的关系以及识别休闲消费行为的特征及影响因素。需要指出的是，国内研究更偏向讨论休闲消费的影响因素。

二、研究方法和数据来源

（一）休闲消费潜力系统剖析

休闲消费潜力是居民现实和潜在休闲消费需求的共时体现，其除了与居民的客观物质基础和主观消费意愿直接相关外，还受到来自休闲供给水平和休闲消费环境等外部因素的重要影响。消费行为是以消费需要为起点，通过占有和使用消费资料，达到满足消费需要的一个过程。在这一过程中，秦晓娟对“消费潜能”概念分析指出，它是“蕴藏在消费者身上尚未释放出来的消费需求”^[24]。这种需求，在时间维度上，既反映为已经发生了的消费行为，又表现为有待实现的消费需求。马克思主义的消费观点认为，消费潜力是在具有一定的货币支付能力、市场中存在一定量可供消费的某种物品时转化而成的。据此，可以将居民在休闲中的货币支付能力、货币实际支出、宏观的市场与公共供给视为理解休闲消费潜力的三个维度。因此，本研究认为，休闲消费潜力可以视为由休闲消费能力、休闲消费支出和休闲消费环境组成的综合系统。

首先，休闲消费能力是指居民购买休闲产品的支付能力或享受休闲产品与服务的消化能力，其直接影响居民休闲消费的最终实现。可以说，休闲消费能力在一定程度上反映的是居民休闲活动中能消费、会消费的问题，主要以个人可支配收入的增加和休闲技能的提高作为基础和保证。一方面，随着收入水平尤其是可支配收入的不断提高，居民在满足基本生活需求前提下，相应休闲消费的意愿会持续增强，居民拥有了实现消费意愿和完成休闲消费的支付能力；另一方面，现阶段休闲消费类型日趋多样化，休闲市场中的部分消费内容需要一定的休闲知识、经验和技能才能完成，深度休闲特征明显。

其次，休闲消费支出是居民休闲消费潜力的直观表现，它反映了居民休闲消费潜力的维度与潜在需求。法国社会学家布迪厄认为，习惯使人们更倾向在行为上依据他们拥有的资源和过往经验最可能成功的方式^[25]。也就是说，居民休闲消费支出的当下行为，会很大程度影响他们未来休闲消费的水平 and 行为习惯，因此与居民休闲消费潜力有着必然和密切的关联。需要说明的是，休闲消费支出结构反映了居民休闲消费质量的变化状况，是衡量休闲消费内容是否合理化的重要标志，更加能够体现居民

休闲消费潜力的强度。此外，耐用休闲消费品是居民休闲消费的特定商品，具有购买价格相对较高、对居民休闲活动影响相对持久的属性，同样是反映休闲消费支出的重要指标。

最后，休闲消费环境也是居民休闲消费潜力的直观显现，由社会经济状况和休闲公共供给组成。休闲消费环境的好坏决定了休闲消费潜力的延展空间，具体表现为：一是完备的休闲基础设施和优越的自然生态环境，能够为城镇居民休闲消费营造良好的休闲氛围；二是相对较高的经济发展水平和成熟的城市服务业，为城镇居民休闲消费创造良好的条件与保证；三是完善的养老、卫生、医疗等社会保障环境，为城镇居民的休闲消费解决了后顾之忧。

（二）指标体系构建

在遵循科学性、综合性、层次性和系统性原则的基础上，本研究构建以 3 个一级指标、9 个二级指标、30 个三级指标组成的休闲消费潜力测度指标体系。首先，3 个一级指标分别代表组成休闲消费潜力系统的休闲消费能力、休闲消费支出和休闲消费环境。其次，借鉴秦晓娟和孔祥利的测度分类^[26]，在休闲消费能力子系统（LCC）中，从支付水平和知识水平视角测度休闲消费能力，因为消费能力可反映为居民休闲时的货币支付能力。因此，可进一步细分为工资性收入、经营性收入、财产净收入、转移净收入 4 个三级指标。知识水平实际上也决定了消费的知识与技能，因而通过在校大学生数、教育经费支出来衡量不同地域城镇居民休闲消费的知识与技能。在休闲消费支出子系统（LCS）中，选取支出水平、支出结构、设备支出 3 个二级指标，其中，支出水平反映了城镇居民当前的实际消费，包括人均消费支出、社会消费品零售总额 2 个指标；支出结构则显示了城镇居民休闲消费的结构特征、消费偏好；设备支出考察了居民在耐用消费品上的支出。在耐用品上的支出会刺激或减缓居民的休闲消费需求，产生挤出或挤入效应，如对家用汽车的消费可能导致居民在当期休闲中的零支出，即挤出效应；在购买家用汽车之后，又会引发居民一系列购买或驾车出游的消费行为，即挤入效应。在休闲消费环境子系统（LCE）中，休闲消费是以物质基础和经济社会制度作为保障和前提的，因此，选取经济环境、基础环境、社会环境、自然环境 4 个指标作为衡量休闲消费环境的指标，并细分为人均 GDP 等 12 个三级指标。

（三）测度方法

（1）数据标准化处理。采用对调查数据的无量纲化处理，可以避免不同指标数据量纲上的差异所导致的不利影响。本研究采用极差标准化方法对历年来的各指标数据进行标准化，数据趋大时采用正向处理，数据趋小时采用负向处理。指标数据处理公式为：

$$\begin{cases} [X'_{ij} = X_{ij} - \min X_{ij} / \max X_{ij} - \min X_{ij} + 0.001] \\ [X'_{ij} = \max X_{ij} - X_{ij} / \max X_{ij} - \min X_{ij} + 0.001] \end{cases}$$

其中： X_{ij} 为第 i 省市第 j 项指标的原始数据； $\min X_{ij}$ 和 $\max X_{ij}$ 分别为第 i 省份第 j 项指标的最小值和最大值。为了防止标准化处理后的数据出现零值，在处理公式后整体加 0.001。

（2）计算指标权重。在分析的 30 个三级指标中，权重大小显示了该指标影响城镇居民休闲消费潜力的程度，采用信息熵的方法对休闲消费潜力的各项指标进行权重赋值。具体过程为：首先，计算第 i 省市第 j 项指标的比重： $P_{ij} = X_{ij} / \sum_{j=1}^n X_{ij}$ ；其次，计算每一指标的信息熵： $E_j = -K \sum_{i=1}^m (P_{ij} \ln P_{ij})$ ；再次，计算信息熵的冗余度： $D_j = 1 - E_j$ ；最后，计算指标权重： $W_j = D_j / \sum_{j=1}^n D_j$ 。其中： m 为省份个数； n 为指标数； $K = 1 / \ln m$ 。

（3）测算休闲消费潜力综合测度值。通过对每一年度各个省份 30 个休闲消费潜力三级指标数据的加权汇总，得出其综合测度值。休闲消费潜力综合测度函数形式如下：

$$F(LCP) = \sum_{j=1}^m W_j X'_{ij}$$

（四）数据来源

为了保证指标数据的客观性与准确性，以《中国统计年鉴》《中国社会统计年鉴》公开发布的 1999—2020 年统计数据作为本研究 30 个指标的资料来源，个别缺失数据以相邻年份均值代替。

三、休闲消费潜力时间演化分析

（一）指标权重的变化

1998—2019 年我国城镇居民休闲消费潜力测度指标权重数值表明，休闲消费能力、休闲消费支出和休闲消费环境子系统的指标权重赋值区间分别为[0.139, 0.233]、[0.381, 0.558]和[0.258, 0.450]，均值分别为 0.190、0.436 和 0.374。分析显示，休闲消费支出子系统指标权重相对较大，而休闲消费能力子系统指标权重相对较小，这充分表明休闲消费支出在反映城镇居民休闲消费潜力方面占据重要的地位。可能的原因有：一是休闲消费支出是休闲消费潜力最直接的衡量指标；二是休闲消费环境是休闲消费活动开展的基础和保障，其虽然有助于城镇居民休闲消费的实现，也能够为城镇居民的公共休闲活动提供必要条件，但其在休闲消费活动方面的重要性仍然不够显著；三是休闲消费能力中的支付水平显然对休闲消费产生极为重要的影响，然而，随着信贷政策的利好以及居民休闲消费观念的改变，收入并非始终是制约休闲消费的核心因素。

（二）休闲消费潜力演化阶段划分

为了更清晰地考察 1998—2019 年我国城镇居民休闲消费潜力的时序变化特征，本研究遵循中心对称原则，以 2005 年和 2012 年为时间节点进行阶段划分。

（1）潜力初显期（1998—2004 年）。1998—2004 年我国城镇居民休闲消费潜力值区间为[8.79, 60.73]，均值仅为 24.28。尽管某些省份休闲消费潜力水平已经达到相对较高的阶段，然而整体而言，我国城镇居民休闲消费潜力仍然偏低。原因有：一是宏观经济政策导向。这一时期我国仍采取以投资、出口为主的经济增长方式，走新型工业化道路、积极推进西部大开发、加入 WTO 等战略举措和实施路径，仍是当时国民经济社会发展的重点。虽然 2000 年前后国家也通过设置“黄金周”制度，确立旅游业的支柱产业地位以及发展假日经济等措施，大力推进居民消费以激发市场经济活力，但对我国居民休闲消费潜力的提升仍显乏力。二是经济发展和居民收入水平的制约。从分析指标的数据来看，此阶段国内经济发展和居民收入水平还远不能为休闲消费的快速提升提供强有力的支撑。2005 年以前，我国 GDP 增长速度仍较为缓慢，2001 年国内人均 GDP 才跨过 1000 美元，到 2004 年也仅增加至 1509 美元，与主要发达国家存在着较为明显的差距。三是休闲基础设施、产品、服务供给和休闲氛围的匮乏。在这一阶段，各省份城市公园数量和面积还未达到一定规模，图书馆、博物馆等文化休闲场所利用率仍然偏低，城镇居民的休闲习惯尚未形成。

（2）快速提升期（2005—2011 年）。此阶段我国城镇居民的休闲消费潜力值处于[10.86, 71.81]，并且均值达到了 30.80，与前一时期比较，休闲消费潜力测度值有了较大提升。分析其原因，主要有三个方面：第一，消费在国民经济中地位的提升。伴随着扩大内需战略的落实，居民消费率逐步提升，形成了消费、投资、出口协调推动的经济增长格局。优化居民消费结构、初步建立居民最低生活保障制度、增强居民消费对经济增长的拉动作用，成为这一时期党和国家的重要任务。第二，国内居民人均 GDP 持续增长，休闲支付的支付能力显著增强。2008 年国内居民人均 GDP 突破 3000 美元，2012 年已接近 5600 美元，与主要发达国家的差距在逐步缩小。相应地，城镇居民人均休闲消费额也从 2004 年的 3052 元上涨到 2011 年的约 6575 元，休闲消费潜力得以充分彰显。第三，城市休闲环境得以改善，社会保障水平全面提高。2011 年我国城镇化率达到 51.27%，较 2004 年

的 41.76%提高了近 10 个百分点；建成区绿化覆盖率和人均公共绿地面积均提高 4 个百分点左右；养老保险、社会保险、基本医疗保险等参保人数显著增加，医疗卫生条件得到较好改善。尤其需要说明的是，2008 年，中宣部、文化部等四部委联合下发了《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》，对于城市休闲环境的优化、休闲氛围的塑造、休闲消费的激发起到了积极促进的作用。

(3) 增长与平稳调整期（2012—2019 年）。此阶段我国城镇居民休闲消费潜力值区间为[12.77, 71.73]，均值为 31.08，与上一时期的快速提升相比，休闲消费潜力测度值总体上平稳增长和微调，表现为休闲消费潜力最低值呈逐年上升趋势，最高值趋势稳定略有下降，但休闲消费潜力均值仍有一定增长。其原因是：第一，进一步释放居民消费潜力，完成消费结构转型升级，成为新常态下国民经济发展的必然选择。加快转变经济增长方式，大力发展包括休闲产业在内的现代服务业，是近年来国家重点推进的扩大内需战略的反应。2015 年提出的供给侧结构性改革，就是试图以改善和创新供给来更好地满足、创造消费需求，持续增强消费拉动经济的作用。第二，经济快速增长和收入水平不断攀升为居民休闲消费的扩张注入持续动力。2010 年，中国 GDP 总量升至全球第二，国内人均 GDP 在 2015 年超过 8000 美元。2016 年，国内人均 GDP 跨过 10000 美元的省份达到了 9 个，增长速度可见一斑。城镇居民人均休闲消费额也从 2012 年的 6641 元增长到 2019 年的 9886 元。可以看出，国民经济发展和社会繁荣稳定增强了城镇居民休闲消费的信心，这为休闲消费潜力的进一步释放创造了良好的外部环境。第三，多个地区在发展休闲产业、增加休闲供给和扩大休闲消费方面逐步落实实施计划和工作细则，使得休闲消费潜力提升步伐日益加快。随着《国民旅游休闲纲要（2013—2020 年）》《关于促进旅游业改革发展的若干意见》的颁布和落实，各省份加大了对休闲发展的投入和引导。

四、休闲消费潜力空间演化分析

（一）分地区比较

通常按地域将我国各省份划分为东中西三个区域。本研究选取 1998 年、2001 年、2006 年、2011 年、2016 年和 2019 年 6 个年份，比较东中西部城镇居民休闲消费潜力的变化。

(1) 东部地区。东部地区主要年份城镇居民休闲消费潜力的最大值区间为[56.74, 70.46]，最小值区间为[17.31, 21.16]，均值区间为[35.34, 47.36]，休闲消费潜力整体上处于相对较高水平，江苏、山东和福建等省份的增长速度相对较快。分析得出：第一，北京和上海分别为国内的政治文化和商业金融中心，经济规模总量庞大、人力资本分布密集、休闲设施建设完备、休闲供给水平较高，使得城镇居民休闲消费具有良好的基础和条件，休闲消费潜力一直处于前列。第二，广东、浙江和江苏分处珠三角和长三角经济圈，经济发展活跃、交通条件优越、社会文明程度较高，为城镇居民休闲消费提供了便利和保证，有利于进一步激发城镇居民的休闲消费潜力。第三，山东、福建近年来经济增长迅速，人均 GDP 逐年攀升，并于 2016 年超过 10000 美元，同时促进消费结构转型升级相关政策的出台和实施，对于城镇居民休闲消费起到了重要的引领和促进作用。

(2) 中部地区。中部地区主要年份城镇居民休闲消费潜力的最大值区间为[22.79, 35.12]，最小值区间为[11.26, 21.30]，均值区间为[16.86, 27.15]，休闲消费较东部地区有所落后。从区域内部比较来看，安徽城镇居民休闲消费潜力增长速度较快，湖北、湖南和河南等省份休闲消费潜力也处于相对较高水平。分析原因有：一是安徽邻接江苏、山东等发达省份，并于 2016 年正式纳入长三角城市群规划，优越的地理位置和利好的政策条件为其经济社会发展创造了良好机遇。依据统计资料，2014—2019 年，安徽城镇居民人均消费从 16107 元增长到 23781 元，其中交通通信消费和教育文化娱乐消费占比逐步提升，城镇居民休闲消费潜力得以凸显。二是通过对湖北、湖南和河南的分析可知，湖北城市化水平相对较高，2011 年已经突破 50%，同时该省人均 GDP 增速较快，2019 年达到 77387 元，这为城镇居民休闲消费的快速增加提供了充分保证；湖南人均消费支出增幅较大，尤其是 2012 年以来增长率均保持在 10%以上，2019 年恩格尔系数已降至 27.85%，说明城镇居民的休闲消费特征日益明显；河南人口规模较大，但其经济总量相对突出，加上具有浓郁的历史文化底蕴，文化休闲消费具有一定优势。

(3) 西部地区。西部地区主要年份城镇居民休闲消费潜力的最大值区间为[29.81, 40.93]，最小值区间为[10.52, 15.90]，均值区间为[19.97, 23.44]，与东部和中部分省份相比，除了重庆、四川休闲消费潜力较高外，区域休闲消费潜力整体相对较弱。从区域内部比较来看，四川、重庆、陕西、云南和广西休闲消费潜力相对较高，内蒙古增速相对较快。分析得出：一是重庆、四川有着得天独厚的自然和文化休闲资源，城市休闲氛围浓郁，休闲消费活动十分活跃。其中，2019年四川的公共图书馆和博物馆数量分别达到206个和256个，而重庆的城市建成区绿化覆盖率自2010年以后就保持在40%以上。二是陕西在扩大内需政策引领下，城镇居民消费潜力有序释放。城镇居民人均消费水平增长较快，尤其是恩格尔系数降幅较大，从2013年的0.37降至2014年的0.28，并维持在这一水平，说明其消费结构逐步向以休闲消费为主的方向转型。三是云南在“十二五”期间城镇居民消费结构呈现明显优化，教育文化娱乐、医疗保健、家庭设备用品及增幅分别达到21.4%、19.1%和18.3%。广西的消费性服务业在2009年国务院发布《关于进一步促进广西经济社会发展的若干意见》后取得显著成效。四是内蒙古有着极为优越的自然生态休闲环境，2014—2019年人均公共绿地面积已增长至近20平方米。此外，内蒙古城镇居民人均GDP由2010年的47347元增至2019年的67852元，其中，2016年人均GDP甚至达到72064元，极大地提高了休闲消费支付能力，休闲消费潜力提升空间大幅增加。

(二) 地区聚类分析

基于休闲消费潜力测度数据，对我国大陆地区31个省份进行类型划分，采用1998年、2001年、2006年、2011年、2016年和2019年城镇居民消费潜力子系统测度数据，运用基于距离聚类算法的K-均值聚类方法对31个省份进行类型划分。为便于对聚类情况进行对照和比较，本文将聚类个数设定成4个。

仅有2006年休闲消费环境在类型I和II中心值的差距较小，类型I在休闲消费能力和休闲消费支出测度指标上的中心值最大，类型II在休闲消费环境测度指标上的中心值最大。类型III除了1998年和2001年休闲消费能力测度指标中心值较类型II略大外，三个子系统测度指标中心值均低于类型I和II。类型IV的最终聚类中心值相较于其他类型处于最低点。这说明，类型I在休闲消费能力和休闲消费支出方面优势明显，类型II在休闲消费环境方面略微占优，处于类型III的省份在休闲消费潜力三个子系统方面均不突出，处于类型IV的省份则更弱。

我国城镇居民休闲消费潜力省份类型划分情况如下：(1)1998年，北京、上海和广东的休闲消费潜力相对较高，尤其是休闲消费能力和休闲消费支出较为突出，属于同一类型。江苏、山东、福建、四川、天津、浙江、云南等省份休闲消费环境具有一定优势，属于同一类型。除重庆、西藏外，其余省份属于类型III。需要说明的是，重庆在1997年被批准单独设立直辖市，各项工作仍处于有序推进过程之中，而西藏由于指标缺失较为严重，使得测度结果的解释力有所下降。正因如此，处于类型III的省份较多，类型划分的精确度受到一定影响。(2)相较于1998年的聚类结果，2001年各省份的类型划分出现如下变化：一是浙江城镇居民休闲消费潜力有所提升，与北京、上海、广东同时划归为类型I；湖南休闲消费环境有所改善，划归为类型II。(3)2006年，随着重庆、西藏城镇居民休闲消费潜力的逐步提升，与其他省份的差距逐渐缩小，从而使得类型划分有所调整。应当指明的是，尽管云南等省份划归为类型IV，但并不表示其休闲消费潜力出现下降，而是显示了省份类型划分更为精细、准确。江苏、山东城镇居民休闲消费潜力得到凸显，属于类型II。河北、河南、湖北和辽宁等省份的休闲消费潜力出现相应改善，与福建、四川、天津等省份同属于类型III。(4)2011年、2016年和2019年，类型I和类型II的省份出现了部分调整，但仍然是在北京、上海、广东、江苏、浙江和山东等省份中进行调整。休闲消费类型调整呈现这种状况的原因是，上述省份的休闲消费能力、休闲消费支出和休闲消费环境等方面此消彼长，使得休闲消费潜力随之发生一定变化。值得一提的是，重庆城镇居民休闲消费潜力整体上得以改善，与福建、四川等省份同属于类型III。

(三) 空间分布特征

为全面分析我国城镇居民休闲消费潜力的空间分布状况，更加清晰地划分休闲消费潜力等级，选取休闲消费潜力均值个数25%、50%、75%节点处的实际值作为等级划分的依据，将休闲消费潜力从低水平到高水平划分为4种类型，它们的取值区间分别

为(0, 24.480)、[24.480, 30.120)、[30.120, 30.900)和[32.880, 100)。研究发现,在不同时间节点上,我国城镇居民休闲消费潜力的等级分布是不同的,大致呈现如下特点:(1)休闲消费潜力等级处于高水平的省份数量呈梯度增长,由1998年的4个增加到2019年的12个。高水平省份主要集中在东南沿海和京津冀地区,在2019年空间布局得以扩散,湖北、湖南等省份城镇居民的休闲消费潜力得到了快速提升。(2)休闲消费潜力等级处于中高和中低水平的省份数量不断增加且逐步连接成片,如云南、河北、山西等省份的休闲消费潜力有所提升,且相应等级从低水平跨入更高等级。但在2019年,辽宁等省份的休闲消费潜力有所降低,相应等级也出现下调。(3)新疆、西藏、甘肃、宁夏、青海、贵州和吉林等省份的休闲消费潜力一直处于相对较低水平。

为了深入分析我国城镇居民休闲消费潜力的空间差异状况,将31个省份按照东中西三大区域进行分组,分析休闲消费潜力等级的区域分布及其演变状况。可以发现:(1)东部地区处于高水平等级的省份由4个逐步增加到9个,处于中高和中低等级的省份由5个减少到2个,各省份休闲消费潜力等级逐渐脱离低水平,但2019年海南却因休闲消费潜力下降而降至低水平。(2)中部地区高水平等级的省份从2006年开始出现,2019年则增加到3个,中高和中低等级的省份各有1个,处于低水平的省份逐步增加到3个。(3)西部地区处于高水平的省份也开始出现,并在2个区间波动,处于中高和中低等级的省份增加到3个,处于低水平的省份逐步缩减到7个。总体看来,城镇居民休闲消费潜力处于高水平的省份主要集中在东部地区,处于低水平的省份主要集中分布在中西部地区,而处于中高和中低等级的省份表现出由东向西转移趋势。

五、结论与建议

本研究对1998—2019年我国城镇居民休闲消费潜力进行了综合测度,并重点考察其演化特征及空间分异。主要研究结论如下:(1)休闲消费能力、休闲消费支出、休闲消费环境构成了测度休闲消费潜力的基本系统。其中,休闲消费支出子项指标权重相对较大,它在反映城镇居民休闲消费潜力方面具有重要地位。(2)1998—2019年,我国城镇居民休闲消费潜力大致经历潜力初显、快速提升和增长与调整平稳三个阶段。从测度结果的区域比较来看,东部地区休闲消费潜力整体处于相对较高水平;中部地区比东部地区有所落后,但是区域内部省份休闲消费潜力有了较大提升;西部地区休闲消费潜力最弱。(3)通过聚类分析得出,考察年份部分省份的休闲消费潜力类型划分出现了一些调整,但是多数在类型上具有一定的连续性和一致性,无特别巨大的变动,并且聚类分析逐渐变得更细致、精确。(4)空间布局分析得出,休闲消费潜力等级分布不均衡,高水平地区主要分布在东南沿海和京津冀,并以此为中心向周边扩散。同时,中部地区的河南、湖北、湖南也跃升为休闲消费潜力高水平地区,处于中高和中低水平的省份数量不断增加且逐步成片,但部分省份始终处于相对较低水平。

根据上述分析,为全面释放我国城镇居民消费潜力,本研究尝试提出相应建议:(1)充分认识休闲消费潜力的内涵,明晰休闲消费包括的项目内容,准确认识休闲消费潜力释放问题。从多指标体系的分析看,城镇居民休闲消费的类型、内容非常广泛,因此要从多层次去分析、解读。一方面,以现有的休闲消费统计指标数据为基础,分析休闲消费支出、休闲消费实际状况,以此为导向调整和优化休闲产业供给结构,使之与城镇居民休闲消费需求达到良好匹配;另一方面,休闲消费潜力的释放仍需回到休闲消费行为这一基点上,因此,必须分析城镇居民休闲消费的需要与目的,休闲消费行为及变动趋向。(2)改善和创造更好的休闲消费环境,为居民休闲消费创设良好的外在条件,为进一步释放居民休闲消费潜力提供保障。在分析休闲消费潜力各子系统的客观数据基础上,辨别城镇居民休闲消费潜力的限制性不良因素,并谨慎梳理和消除这些不良因素。例如,可以增加可支配收入,提升居民支付能力,进而提升休闲消费支出;完善社会保障体系,通过提供良好的医疗保障,减轻居民休闲消费的后顾之忧。(3)优化城镇居民休闲消费形式与消费结构,改善休闲消费的行为习惯,培育良好的社会休闲消费氛围。一方面,政府通过增加休闲公共基础设施的建设,提供多样化的休闲设施,确保城镇居民能够充分享受社会提供的新时代美好生活的福祉;另一方面,合理引导居民休闲消费的方向、方式,实现休闲消费结构的合理化配置,并不断拓宽和延展休闲消费的边界和内容。

参考文献:

[1]宋瑞.休闲:经济学分析与统计[J].旅游学刊,2002,6(10):26-31.

-
- [2]耿莉萍. 论休闲消费的特征、发展趋势与企业商机[J]. 商业经济与管理, 2004(3):8-10.
- [3]郭鲁芳. 中国休闲消费结构: 实证分析与优化对策[J]. 浙江大学学报 (人文社会科学版), 2006(5):122-130.
- [4]卿前龙, 吴必虎. 闲暇时间约束下的休闲消费及其增长——兼论休闲消费对经济增长的重要性[J]. 杭州师范大学学报 (社会科学版), 2009, 31(5):89-94, 99.
- [5]楼嘉军, 马红涛, 刘润. 中国城市居民休闲消费能力测度[J]. 城市问题, 2015, 34(3):86-93, 104.
- [6]刘菲. 城市中心商业区休闲消费实证分析——以北京为例[J]. 北京工商大学学报 (社会科学版), 2009(1):75-80.
- [7]宋瑞. 休闲消费和休闲服务调查: 国际经验与相关建议[J]. 旅游学刊, 2005(4):62-66.
- [8]尹世杰. 加强消费和谐促进全面小康建设[J]. 消费经济, 2007(6):3-7.
- [9]臧旭恒. 收入变化、家庭资产与异质性消费——消费对正负向收入变化的非对称反应[J]. 湘潭大学学报 (哲学社会科学版), 2020, 44(3), 89-95.
- [10]王琪延, 韦佳佳. 收入、休闲时间对休闲消费的影响研究[J]. 旅游学, 2018, 33(10):107-116.
- [11]刘婷婷, 宋冰洁. 新型城镇化视角下农民工家庭休闲消费研究——基于收入效应和文化效应的分析[J]. 农村经济, 2020(12):77-86.
- [12]周文丽. 国内外旅游对经济增长影响研究综述[J]. 经济地理, 2011, 31(8):1402-1408.
- [13]赵迪, 张宗庆. 文化消费推动我国消费增长及其结构改善吗? ——基于省际面板数据的实证研究[J]. 财经论丛, 2016(2):3-10.
- [14]BECKER G S. A Theory of the Allocation of Time[J]. Economic Journal, 1965, 75(9):493-517.
- [15]DANE G, ARENTZE T A, TIMMERMANS H J P, et al. Simultaneous Modeling of Individuals' Duration and Expenditure Decisions in Out-of-home Leisure Activities[J]. Transportation Research Part A-Policy and Practice, 2014, 10(3):93-103.
- [16]CHOI K J, SHIM G, SHIN Y H. Optimal portfolio, Consumption-Leisure and Retirement Choice Problem with CES Utility[J]. Mathematical Finance, 2008, 18(3):445-472.
- [17]PRITCHARD A, KHAROUF H. Leisure Consumption in Cricket: Devising a Model to Contrast Forms and Time Preferences[J]. Leisure Studies, 2016, 35(4):438-453.
- [18]HAN K N, HAN B S. Differentiation between Social Class Leisure Consumption in Korea: By Focusing on Art and Culture[J]. Journal of Tourism Sciences, 2011, 35(10):181-199.

-
- [19] KUANG C. Does Quality Matter in Local Consumption Amenities? An Empirical Investigation with Yelp[J]. *Journal of Urban Economic*, 2017, 100(4):1-18.
- [20] PAWLOWSKI T, BREUER C. Expenditure Elasticities of the Demand for Leisure Services[J]. *Applied Economic*, 2012, 44(26):3461-3477.
- [21] KIM D, JANG S. Symbolic Consumption in Upscale Cafes: Examining Korean Gen Y Consumers' Materialism, Conformity, Conspicuous Tendencies, and Functional Qualities[J]. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 2017, 41(2):154-179.
- [22] GOMEZ M A. Consumption and Leisure Externalities, Economic Growth and Equilibrium Efficiency[J]. *Scottish Journal of Political Economy*, 2008, 55(2):227-249.
- [23] ESCOBAR-POSADA R A, MONTEIRO G. Optimal Tax Policy in the Presence of Productive, Consumption, and Leisure Externalities[J]. *Economic Letters*, 2017, 152(3):62-65.
- [24] 秦晓娟. 西部农村居民消费潜能测度及开发对策研究[D]. 西安: 陕西师范大学, 2017:33.
- [25] 皮埃尔·布尔迪厄. 实践理论大纲[M]. 高振华, 李思, 译, 北京: 中国人民大学出版社, 2017:130-136.
- [26] 秦晓娟, 孔祥利. 中国农村居民消费潜能测度及省域差异研究[J]. *经济经纬*, 2017, 34(3):37-42.