

中国文化产业对 居民消费的影响研究

ZhongGuo WenHua ChanYe FaZhan Dui
JuMin XiaoFei De YingXiang YanJiu

吴石磊/著



经济科学出版社
Economic Science Press

山东理工大学人文社会科学发展基金资助出版

中国文化产业对 居民消费的影响研究

ZhongGuo WenHua ChanYe FaZhan Dui
JuMin XiaoFei De YingXiang YanJiu

吴石磊/著



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国文化产业对居民消费的影响研究 / 吴石磊著.
—北京: 经济科学出版社, 2016. 4

ISBN 978 - 7 - 5141 - 6652 - 1

I. ①中… II. ①吴… III. ①文化产业 - 产业发展 -
影响 - 居民消费 - 研究 - 中国 IV. ①F126. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 044218 号

责任编辑: 刘明晖 李 军

责任校对: 隗立娜

版式设计: 齐 杰

责任印制: 王世伟

中国文化产业对居民消费的影响研究

吴石磊 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京中科印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 18.5 印张 290000 字

2016 年 4 月第 1 版 2016 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 6652 - 1 定价: 38.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn)

前言

消费、投资和出口是拉动经济增长的“三驾马车”。后金融危机时代，全球经济持续疲软，多个欧洲国家主权债务危机频频爆发，加上成本优势、人口红利以及制度红利等经济增长优势逐渐减弱，这就要求我国经济增长模式由外向型向内向型转变。中国是拥有十三亿人口的消费市场大国，居民消费是拉动经济增长的根本动力。但近年来，中国居民消费率总体持续下降，居民消费对经济增长的拉动作用明显减弱。居民消费需求不足已成为我国经济持续快速增长的阻碍因素。

消费结构升级是促进居民消费的有效动力。根据需求层次理论，随着人们收入的增加，基本物质需求得到满足后，主要消费需求将变为精神、娱乐等方面的需求。按照世界各国的经验，人均 GDP 超过 3 000 美元，文化消费会快速增长；接近或超过 5 000 美元，文化消费则会出现井喷。中国人均 GDP 自 2008 年起达到 3 000 美元，2011 年达到 5 000 美元。可见，文化消费是未来消费增加的热点，也是推动居民消费结构升级的关键，但目前我国居民文化消费仍处于较低水平。

文化产业是生产文化产品和提供文化服务的部门，主要满足人们的精神文化需求，符合消费结构升级的发展趋势，同时也是促进文化发展和繁荣的重要载体。文化产业以其低投入、低消耗、强关联等诸多优势被国际社会公认为是 21 世纪最具增长潜力的“朝阳产业”，符合产业结构升级的发展方向。许多国家将其视为国家战略产业，中国政府也把推动文化产业发展提高到国家战略层面。

本书根据生产与消费的关系、产业结构与消费结构的关系理论，以扩大居民消费为切入点，将文化产业发展与居民消费结合起来进行研究。基于文化产业具有的产业属性（经济属

性)和文化属性(意识形态属性)双重属性特点,分析文化产业发展对居民消费的影响机制,进一步地,基于中国文化产业发展和居民消费的面板数据,利用异质性随机边界模型(SFA)、面板模型、投入产出法、双边随机边界模型、PSM法、部分调整模型等计量分析工具实证检验中国文化产业对居民消费的影响,并分析了国外及国内部分城市文化产业的发展经验,在此基础上,提出扩大居民消费视角下中国文化产业发展的对策。具体来说,本文主要包括以下几个部分:

第一章 引言。包括选题背景、研究意义、基本思路、研究方法和创新之处。

第二章 相关理论和文献综述。包括概念界定、相关理论回顾和相关文献综述。

第三章 中国文化产业发展和居民消费现状分析。首先,从规模和结构两方面分析中国文化产业现状。文化产业增长迅速,发展态势较好,但基础弱、总量小。同时,文化产业发展存在行业、区域和所有制结构不合理问题。其次,从居民消费总量、居民人均消费、居民消费倾向和居民消费能力四个方面分析居民消费状况。居民消费总量不断提高,但人均消费处于较低水平。居民消费倾向总体持续下降。中国居民消费能力快速提高,已步入中等收入国家行列,但城乡差距较大。

第四章 中国文化产业对居民消费的影响机制分析。文化产业因其生产的产品能够满足人们的消费需求而具有产业属性。文化产业生产的产品和提供的服务主要满足人们的精神文化需求,同生产物质产品的产业不同,具有特殊的文化属性。本章根据文化产业具有的双重属性特点,构建文化产业发展影响居民消费的基本分析框架,在此基础上,逐层展开,系统地分析文化产业发展对居民消费的影响机制。

第五章 中国文化产业对居民消费影响的实证分析。根据文化产业发展对居民消费的影响机制,从居民消费总量、居民消费潜力和居民消费能力三个方面展开,分别进行实证分析。实证研究结果表明:文化产业发展通过产品供给效应、产业关联和产业融合效应,不但能够促进居民增加文化产品消费,也能够带动居民增加非文化产品消费,从而促进居民消费总量的增加。但目前,文化产业生产效率不高,样本区间内平均生产效率仅为50%~60%;文化产业对其他产业的需求拉动作用和影响力系数较大,但推动支撑作用和感应度系数小;文化产业发展通

过提升居民消费结构、提高居民消费意愿，能够有效促进居民消费潜力的开发，这需要文化产业充分发挥其产业属性和文化属性的价值；文化产业发展能够通过增加社会就业、提高人力资本素质而有效促进居民消费能力的提高。但目前，文化产业带动社会就业的作用有待进一步加强，提高人力资本素质的作用还处于初步发展阶段。

第六章 国外及国内部分城市文化产业的发展经验。本章首先介绍了美国、日本、韩国文化产业的发展经验。其次，介绍了哈尔滨与大庆的文化产业发展经验。虽然各个国家对文化产业的定义不同，文化产业涵盖的范围不同，但各国文化产业发展表现出不同的特色，值得借鉴。

第七章 扩大居民消费视角下中国文化产业发展对策。根据中国文化产业对居民消费的作用机制及实证分析结果，提出增加居民消费总量方面、开发居民消费潜力方面、提高居民消费能力方面文化产业发展相应的政策建议。

第八章 主要结论和研究展望。文化产业具有经济属性和文化属性，据此，文化产业发展通过产品供给效应、产业关联效应与产业融合效应带动居民消费总量的增加；文化产业发展通过提升居民消费结构、提高居民消费意愿，进而促进居民消费潜力的开发；文化产业发展通过增加社会就业、提高人力资本素质，进而促进居民消费能力的增强。

吴石磊

2015年11月

目

录

第一章 引言..... 1

第一节 选题背景 / 1

第二节 研究意义 / 3

一、理论意义 / 3

二、现实意义 / 4

第三节 基本思路 / 4

第四节 研究方法和创新之处 / 5

一、研究方法 / 5

二、创新之处 / 6

第二章 相关理论和文献综述..... 8

第一节 概念界定 / 8

一、居民消费总量 / 8

二、居民消费潜力 / 8

三、居民消费能力 / 9

第二节 相关理论回顾 / 10

一、供求理论 / 10

二、产业发展相关理论 / 11

三、消费相关理论 / 15

四、比较优势理论和可持续发展理论 / 25

第三节 相关文献综述 / 26

一、文化产业相关文献综述 / 26

- 二、居民消费影响因素分析 / 37
- 三、产业结构与消费结构的关系 / 42
- 四、研究述评 / 43

第三章 中国文化产业发展和居民消费现状分析 45

第一节 中国文化产业现状 / 45

- 一、发展历程 / 45
- 二、发展环境 / 48
- 三、发展规模 / 53
- 四、结构状况 / 62
- 五、社会效益 / 71
- 六、发展特点 / 84

第二节 中国居民消费现状 / 87

- 一、居民消费总量状况 / 87
- 二、居民人均消费状况 / 92
- 三、居民消费倾向状况 / 104
- 四、居民消费能力状况 / 109

第四章 中国文化产业对居民消费的影响机制分析 117

第一节 文化产业发展影响居民消费的基本分析框架 / 120

- 一、文化产业发展对居民消费总量的影响 / 120
- 二、文化产业发展对居民消费潜力的影响 / 121
- 三、文化产业发展对居民消费能力的影响 / 124

第二节 文化产业发展对居民消费总量的影响机制 / 124

- 一、通过产品供给效应影响居民消费 / 125
- 二、通过产业关联效应带动居民消费 / 128
- 三、通过产业融合效应拓展居民消费 / 130

第三节 文化产业发展对居民消费潜力的影响机制 / 131

- 一、通过提升消费结构挖掘居民消费潜力 / 131
- 二、通过提高消费意愿开发居民消费潜力 / 132

第四节 文化产业发展对居民消费能力的影响机制 / 136

目 录

- 一、通过增加社会就业机会提高居民消费能力 / 137
- 二、通过提高人力资本素质增强居民消费能力 / 140

第五章 中国文化产业对居民消费影响的实证分析 143

第一节 文化产业发展对居民消费总量的影响 / 143

- 一、基于异质性随机前沿模型分析文化产业的产品供给效应 / 143
- 二、基于投入产出模型分析文化产业的产业关联与融合效应 / 154
- 三、基于面板模型分析文化产业发展对居民消费的影响 / 160

第二节 文化产业发展对居民消费潜力的影响 / 171

- 一、通过提升消费结构影响居民消费潜力的实证分析 / 171
- 二、通过提高消费意愿影响居民消费潜力的实证分析 / 175

第三节 文化产业发展对居民消费能力的影响 / 208

- 一、通过增加社会就业机会影响居民消费能力的实证分析 / 209
- 二、通过提高人力资本素质影响居民消费能力的实证分析 / 213

第六章 国外及国内部分城市文化产业的发展经验 222

第一节 美国、日本、韩国文化产业的发展经验 / 222

- 一、美国文化产业的发展经验 / 222
- 二、日本文化产业的发展经验 / 224
- 三、韩国文化产业发展的经验 / 225

第二节 国内部分省市文化产业发展经验 / 227

- 一、加快发展的紧迫意识 / 227
- 二、完备有效的保障依托 / 228
- 三、文化体制改革的强力助推 / 229
- 四、放眼高远的规划定位 / 229
- 五、科学有效的运作机制 / 230

第七章 扩大居民消费视角下中国文化产业对策 232

第一节 增加居民消费总量方面文化产业发展对策 / 232

一、提高文化产业生产效率 /	232
二、推进文化产业与其他产业融合发展 /	244
三、文化产业应采取主动发展型战略 /	246
四、强化顶层设计 /	247
第二节 开发居民消费潜力方面文化产业发展对策 /	248
一、以创造消费需求作为文化产业的发展理念 /	248
二、通过文化产业舆论宣传功能提高消费意愿 /	253
第三节 提高居民消费能力方面文化产业发展对策 /	255
一、以文化产业发展带动社会就业增长 /	255
二、引导和鼓励文化产业发挥人力资本提升作用 /	256
三、引导文化产品和服务走出去扩大市场空间 /	260
第八章 主要结论和研究展望	261
第一节 主要结论 /	261
一、文化产业发展能够影响居民消费 /	261
二、中国文化产业能够增加居民消费总量 /	261
三、中国文化产业能够开发居民消费潜力 /	262
四、中国文化产业有助于提高居民消费能力 /	262
第二节 研究展望 /	262
一、研究内容中可以深入研究文化产业各细分行业的发展状况 /	263
二、实证研究中选用的数据有待进一步扩展 /	263
三、文化产业发展影响居民消费基本分析框架的研究领域有待拓展 /	264
参考文献 /	265
后记 /	283

第一章

引言

第一节 选题背景

消费、投资和出口是拉动经济增长的三驾马车。后金融危机时代，全球经济持续疲软，多个欧洲国家主权债务危机频频爆发，加上成本优势、人口红利以及制度红利等经济增长优势逐渐减弱，这就要求我国经济增长模式由外向型向内向型转变。中国是拥有 13 亿人口的消费市场大国，居民消费是拉动经济增长的根本动力。

1978 年以来，我国经济一直保持较快增长，根据统计局相关数据计算，扣除物价上涨因素（1978 = 100）的影响，1978 ~ 2012 年间 GDP 年均增长率为 10%。与之形成鲜明对比的是，居民消费总量虽然不断提高，但居民消费率总体上呈现出下降趋势，居民消费对经济增长的拉动作用明显减缓。图 1.1 是 1978 ~ 2012 年间中国居民消费总量和居民消费率。1978 年，居民消费率为 48.26%，到 2012 年下降到 36.69%。

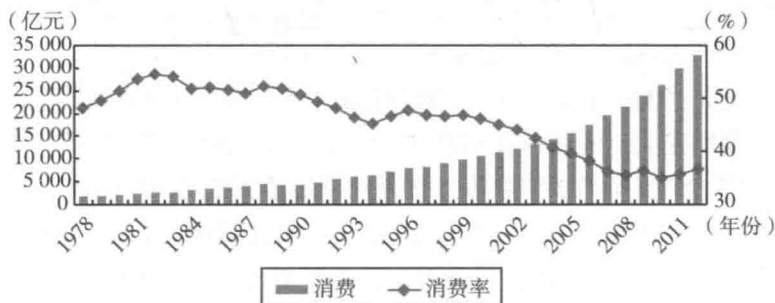


图 1.1 中国居民消费总量和居民消费率

资料来源：根据《中国统计年鉴》相关数据计算。

消费结构升级是刺激消费的有效动力。近年来,中国居民消费结构发生了较大变化,但仍处于较低的消费层次和水平。以食品、衣着和居住衡量的基础型消费在居民消费总支出中所占比重逐渐降低,但仍占最大比重,特别是农村地区。据国家统计局数据显示,中国城乡居民恩格尔系数均呈现出下降趋势,食品支出在居民消费总支出中仍占较大比重。城镇居民恩格尔系数从1978年的57.5%下降到2012年的36.2%,农村居民恩格尔系数从1978年的67.7%下降到2012年的39.3%;以家庭设备及用品和交通通信衡量的享受型消费主要满足吃、穿、住、用、行等全面物质需求,享受型消费在居民消费总支出中所占比重增长较快,但该比重是最小的;以文教娱乐、医疗保健衡量的发展型消费主要用于满足人们的精神需要。据计算,中国城镇居民发展型消费在总消费中的比重由1990年的14.07%提高到2012年的22.52%,农村居民这一比重由1990年的9.36%提高到2012年的18.74%,总体来看,发展型消费仍处于较低水平,在总消费支出中所占比重较小。

马斯洛需求层次理论指出:随着收入的增加,人们的基本物质消费得到满足后,精神、娱乐等方面的消费需求将成为主要需求。按照世界各国的经验,人均GDP超过3 000美元,文化消费会快速增长;接近或超过5 000美元,文化消费则会出现井喷。从中国人均GDP来看,自2008年起达到3 000美元,2011年达到5 000美元。可见,文化消费是未来消费增加的热点,也是推动我国居民消费结构升级的关键。但目前,我国居民文化消费仍处于较低水平。《2009年中国文化蓝皮书》中提到,人均GDP达到3 000美元后,按照国际标准,文化消费支出应达到40 000亿元以上。现阶段,中国文化消费总量仅为7 000亿元左右,距离40 000亿元的正常文化消费,存在30 000多亿的缺口。

文化产业生产的产品和提供的服务是人们消费结构的重要组成部分,主要满足人们的精神文化需求,属于较高层次消费,同时也是促进文化发展和繁荣的重要载体。文化产业以其低投入、低消耗、高产出等诸多优势被国际社会公认为是21世纪最有发展前途和最具增长潜力的“朝阳产业”。中国政府也逐步认识到发展文化产业的重要性,相继出台了一系列文件,将发展文化产业提高到国家战略层面。在国家政策的推动下,我国文化产业的发展速度不断加快。根据国家统计局数据计

算, 2005~2011 年, 文化产业增加值年均增长速度为 23%, 高于同期 GDP 现价增速 6.6%。但我国文化产业发展起步较晚, 不但落后于发达国家, 而且距离成为国民经济支柱性产业的“十二五”战略目标还有一段距离。从文化产业增加值占当期 GDP 的比重来看, 据《文化及相关产业分类(2012)》新标准测算, 2011 年文化及相关产业法人单位增加值为 15 516 亿元, 占同期 GDP 的 3.28%, 2012 年文化产业增加值为 18 071 亿元, 占同期 GDP 的 3.48%。

由此, 研究文化产业发展对居民消费的影响, 是必要的也是可行的, 对于扩大居民消费、推动居民消费结构升级以及推进文化产业发展具有重要的理论意义和现实意义。

第二节 研究意义

为什么中国居民消费率长期处于较低水平? 文化产业发展对居民消费是否有影响、影响机制是什么、影响效果有多大? 文化产业应该如何发展来鼓励和促进居民消费? 文化产业如何发展成为国民经济的支柱产业? 这些都是中国目前面临的也是亟需解决的现实问题。在这种现实背景下, 研究中国文化产业发展对居民消费的影响更具有理论意义和现实意义。

一、理论意义

(一) 丰富了消费决定理论

文化产业发展属于产业结构升级的内容, 文化产品消费符合消费结构升级的趋势。本书根据生产与消费的关系、产业结构与消费结构的关系理论, 结合文化产业具有的产业属性(经济属性)和文化属性(意识形态属性)双重属性特点, 将文化产业发展与居民消费结合起来进行研究, 探索构建文化产业发展影响居民消费的分析框架。在此基础上, 系统地分析文化产业发展对居民消费的影响机制, 在一定程度上, 丰富了消费决定理论。

（二）拓展了文化产业的经济拉动作用研究

关于文化产业经济拉动作用的研究，国内外学者从不同角度都证实了文化产业与经济增长的正向相关关系，但对文化产业促进经济增长的作用机制与作用规律等问题研究的较少。

我国文化产业发展起步较晚，目前尚处于初级阶段，理论和实践经验较少。国内理论界关于文化产业的研究主要集中在文化产业的概念、发展现状、存在问题和政策建议等一般论述上。本书从居民消费的视角分析文化产业发展对经济的拉动作用，丰富了文化产业现有研究和实践。

二、现实意义

我国人均 GDP 2011 年已经达到 5 000 美元，文化消费是未来消费的增长点，符合居民消费结构升级的发展方向，但目前，中国居民消费率总体上呈现出下降趋势、文化消费不足。文化产业发展符合产业结构升级的趋势，已经被提高到国家战略层面，但目前文化产业与成为国民经济支柱性产业的“十二五”战略目标还有较大差距。在这样的现实背景下，以扩大居民消费为切入点，从理论和实证两方面着手，分析中国文化产业对居民消费的影响，有助于解决我国居民消费率持续下降以及文化产业发展问题，同时也为扩大内需以及推动文化产业发展相关政策的制定提供参考。

第三节 基本思路

本书首先从中国人均 GDP 2011 年已经达到 5 000 美元，文化消费是未来消费的增长点，但中国居民消费率不但没有增加反而持续下降、文化消费不足，文化产业发展符合产业结构升级的发展趋势，已经被提高到国家战略层面，但中国文化产业起步晚、距离成为国民经济支柱产业的战略目标还有较大距离这一现实背景出发，提出要研究的问题，即中国文化产业对居民消费的影响；通过对产业结构理论、产

业关联理论、产业融合理论和消费相关理论的回顾,以及从文化产业相关文献综述、居民消费的影响因素分析、产业结构与消费结构的关联三个方面,对国内外文献进行评述,找到本书的逻辑切入点和研究方向;通过中国文化产业发展和居民消费现状分析,加深我们对文化产业发展和居民消费的直观认识;根据生产与消费的关系、产业结构与消费结构的关系理论,结合文化产业具有的产业属性(经济属性)和文化属性(意识形态属性)双重属性特点,探索构建文化产业发展影响居民消费的分析框架。在此基础上,逐层展开,系统地分析文化产业发展对居民消费的作用机制,为后文的实证研究奠定理论基础;进一步地,基于中国文化产业发展和居民消费的面板数据,运用计量模型,从居民消费总量、居民消费潜力和居民消费能力三个方面展开,实证检验中国文化产业对居民消费的影响;并介绍了美国、日本、韩国及国内部分城市文化产业的发展经验。在此基础上,根据中国文化产业对居民消费的影响机制以及实证检验结果,从增加居民消费总量、开发居民消费潜力和提高居民消费能力三个方面,提出扩大居民消费视角下中国文化产业发展的相关政策建议。

最后是主要结论和研究展望。

第四节 研究方法和创新之处

一、研究方法

(一) 理论综述与逻辑演绎相结合

关于居民消费以及文化产业发展问题,目前已经取得丰富的研究成果。本书在前人研究的基础上,依据产业结构理论、产业关联理论、消费理论、产业结构与消费结构的关系理论,将文化产业与居民消费结合起来,探索构建文化产业发展影响居民消费的基本分析框架。

(二) 理论分析与实证分析相结合

依据构建的文化产业发展影响居民消费的基本分析框架,逐层展

开,对文化产业发展影响居民消费的作用机制进行更加明确的理论阐释,并进行实证分析。利用异质性随机边界模型(SFA)分析文化产业的生产效率及影响因素、运用投入产出模型分析文化产业的产业关联和产业融合效应、运用面板模型分析文化产业发展对居民消费总量的影响;运用面板模型分析文化产业发展通过提升消费结构影响居民消费潜力,基于双边随机边界模型分析居民文化产品消费意愿、运用PSM法估计文化对居民消费的影响,并进一步运用分位数回归、部分调整模型、马尔科夫状态转移矩阵和面板模型等分析文化产业发展通过提高居民消费意愿影响居民消费潜力;利用投入产出模型分析文化产业的就业效应和收入效应、运用门槛面板模型分析文化产业发展通过提高人力资本素质影响居民消费能力。

(三) 比较归纳分析法

通过城乡比较和区域比较,分析中国文化产业发展和居民消费现状;通过国际比较,分析中国与世界部分国家之间的居民消费差异;分析国外及国内部分省市文化产业发展经验,为我国文化产业发展提供经验借鉴;运用投入产出模型比较分析文化产业和其他产业的产业关联与融合效应、就业效应、收入效应。

二、创新之处

(1) 国内外学者都认为文化产业是经济发展的一个重要影响因素,但研究文化产业影响经济发展内在机制的较少。本书以扩大居民消费为切入点,根据生产与消费的关系、产业结构与消费结构的关系理论,结合文化产业具有经济属性(产业属性)和文化属性(意识形态属性)双重属性特点,构建文化产业发展影响居民消费的基本分析框架,对文化产业发展影响居民消费的作用机制进行尝试性的理论探讨。

(2) 有关文化产业的文献主要是基于定性分析或理论分析,定量分析较少。本书基于中国文化产业发展和居民消费的面板数据,利用异质性随机边界模型(SFA)、投入产出模型、面板模型、双边随机边界模型、PSM法、分位数回归、部分调整模型以及马尔科夫状态转移矩阵等计量分析工具实证检验中国文化产业对居民消费的影响机制及

影响效果。

(3) 国内外多数研究只关注文化产业的经济属性,对文化产业文化属性研究得不多。本书综合考虑文化产业具有的经济属性和文化属性,系统地分析文化产业作为国民经济的一个产业部门、作为文化传播和信息传播的重要载体对居民消费的影响机制及影响效果。