



新型城镇化背景下 农村居民文化艺术需求研究 ——以天津市为例

XINXING CHENGZHENHUA BEIJINGXIA
NONGCUN JUMIN WENHUA YISHU XUQIU YANJIU
YI TIANJIN SHI WEILI

王 昕 著



南开大学出版社

新型城镇化背景下
农村居民文化艺术需求研究
——以天津市为例

王昕 著

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

新型城镇化背景下农村居民文化艺术需求研究：以天津市为例 / 王昕著. —天津：南开大学出版社，2019.1

ISBN 978-7-310-05695-8

I. ①新… II. ①王… III. ①农村—文化艺术—消费市场—顾客需求—研究—天津 IV. ①G127.21

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 281860 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人：刘运峰

地址：天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码：300071

营销部电话：(022)23508339 23500755

营销部传真：(022)23508542 邮购部电话：(022)23502200

*

北京建宏印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2019 年 1 月第 1 版 2019 年 1 月第 1 次印刷

210×148 毫米 32 开本 4.75 印张 1 插页 113 千字

定价：35.00 元

如遇图书印装质量问题，请与本社营销部联系调换，电话：(022)23507125

本著作是天津市艺术科学规划项目（B14025）成果。
由天津商业大学“十二五”专业建设经费资助出版。

序

农村文化艺术建设能够提高居民文化艺术素质，带动文化市场繁荣。随着新型城镇化建设的推进和农村居民收入水平的提高，农村居民消费结构由基本物质消费向重精神文化艺术消费转变，文化艺术需求占社会需求的比重逐渐增加，这为新农村文化艺术建设带来了新契机。但在推进农村文化建设的实践中，诸多问题显现出来，例如农村居民文化艺术需求严重滞后于农村居民收入水平；在农村居民城镇化的过程中，文化艺术需求与城镇化身份难以融合。农村文化艺术市场仍有很大缺口，制约了农村居民文化艺术建设和效用满足，从而影响新型城镇化建设的进程和文化市场的繁荣发展。如何激发农村居民文化消费需求，繁荣文化市场和推进农村文化艺术建设，成为学者们关注的焦点问题。

基于目前农村居民文化消费需求的相关背景，王昕博士的学术专著从农村居民文化消费需求的现状着眼，基于城镇化政策实施和收入分层的视角，探讨农村居民文化消费需求的特征、偏好、影响因素及未来的发展趋势，并从供需匹配视角测度了文化消费满意度影响因素，体现了研究的深度和独特的应用价值。作为王昕博士的指导教师，我认为该著作兼具深厚理论基础和实践探索意义，可向农业经济学界推广。

本书是在天津市艺术规划项目研究报告的基础上修改完善的，其最可贵之处就是从城镇化政策实施和收入分层的视角探讨了农村居民文化消费需求的问题。在广泛搜索文献的基础上，以天津市为调查区域，利用实地调研资料，实现了如下目标：其一，

对农村居民文化艺术需求的总量、结构及变化特点进行测定,讨论新型城镇建设背景下农村居民文化艺术消费的基本特征;其二,运用二次近似理想需求系统(QUAIDS)模型,估计农村居民不同类型文化艺术产品的需求替代弹性和价格弹性,考察文化产品间的互补和替代效应,分析新型城镇化背景下农村居民文化艺术需求偏好;其三,运用倾向得分匹配模型的反事实估计考察城镇化前后农村居民文化艺术需求差异;采用 Ordered Probit 模型,考察收入差异对农村居民文化艺术需求影响的作用机制;其四,从政府供给和市场供给的双重视角,考察农村居民文化产品消费满意度,试图实现文化产品供需匹配的目标;其五,对新型城镇化背景下农村居民文化艺术需求趋势进行预测,并指出未来农村居民文化艺术消费需求发展的新趋势;其六,在研究结论的基础上,提出新型城镇化背景下满足农村居民文化艺术需求的政策建议。该著作在进行大量数据调查和分析的基础上,较为系统地阐述了农村居民文化艺术消费问题,具有较强的探索性和实践意义,具有敏锐的学术眼光。

在我看来,本书最大的创新之处在于重点讨论了城镇化建设和收入差异对农村居民文化艺术需求的作用机制,系统而深入地考察了农村居民文化需求的问题,为满足农村居民文化消费需求提供了有效的参考依据。与此同时,作者通过分析微观调查数据,阐明天津市农村居民文化艺术需求的特征、影响因素并对趋势进行预测,在文化艺术需求定量化分析的基础上实现了创新。本书的理论框架构建和数理模型分析层层深入,显示出较强的逻辑性和实证性,进一步丰富了我国农村文化艺术需求理论的研究内容。

当然,本书也存在若干不足,特别是调查样本上,从各个区域考察农村居民文化消费需求水平的研究有待进一步深化;在研究内容上,对如何度量公益性和非公益性文化产品和服务的消费需求,比较农村居民在这两类不同文化产品消费需求上的差异,

构建与农村居民文化消费需求相匹配的公共文化服务机制，还可进一步阐释和说明。望王昕博士今后在上述方面进行更为深入的研究。

陆 迁

2018年6月

摘 要

加强农村文化艺术建设是提高居民文化艺术素质和繁荣文化市场的重要途径。新型城镇化建设的推进和农村居民收入水平的提高,为天津新农村文化艺术建设带来了新契机。但笔者经实地调研发现,农村居民文化艺术需求严重滞后于农村居民收入水平;且在农村居民城镇化的过程中,存在文化艺术需求与城镇化身份难以融合等问题。农村文化艺术市场仍有很大缺口,这制约了农村居民文化艺术建设和效用满足,进一步影响天津新型城镇化建设的进程和文化市场的繁荣发展。文化艺术需求属于消费者心理层面,地域性较强,因此加强区域内部文化艺术需求的差异性研究,探讨天津市农村居民文化艺术需求的特征、影响因素及发展趋势,对于丰富文化艺术需求理论,促进社会主义新农村文化艺术建设具有重要意义。

本书以天津市为调查区域,以新型城镇化建设为背景,基于微观农村居民调查数据,探讨了农村居民文化消费需求问题,试图为农村文化艺术建设和文化市场的繁荣提供理论和实证依据。本书内容主要从以下几方面展开:第一,基于天津市农村居民的微观调查数据对天津市农村居民文化消费现状进行分析,发现农村居民文化消费存在农村居民文化消费需求偏低、文化产品消费结构单一、文化基础设施供需不匹配、文化消费动力不足等问题。第二,通过运用二次近似理想需求系统(QUAIDS)模型估计农村居民文化产品消费需求弹性及其影响因素。实证结果表明:随着消费支出的变化,农村居民文化消费偏好由弱到强依次为:网

络电视类、报纸杂志类、技能培训类、艺术类、棋牌类、休闲娱乐类。在价格弹性方面,报纸杂志类、网络电视类产品的消费缺乏价格弹性;休闲娱乐类产品的消费自价格弹性的绝对值接近 1;而技能培训类、艺术类、棋牌类产品消费富有价格弹性。第三,应用倾向得分匹配方法的反事实估计测度了城镇化政策对农村居民文化消费需求意愿的影响。结果表明,农村居民文化产品消费需求意愿经过倾向性评分匹配,进行样本选择纠偏后的平均效应达到 16%,由此可知,城镇化对农村居民文化产品消费需求意愿有非常显著的正向影响,这种正向影响效应主要是通过消费环境的优化来实现的,具体表现为提高基础设施建设和公共文化服务。第四,运用 Ordered Probit 模型,研究中高低收入分层下农村居民文化艺术产品消费意愿的影响因素,研究结果表明,被调查农村居民愿意将不到 10% 的收入用于技能培训类产品、报纸杂志类产品、棋牌类产品、艺术类产品的消费;愿意将收入的 10%~20% 用于休闲娱乐类产品和网络电视类产品的消费。影响因素及收入分层模型的估计结果表明,受教育程度、闲暇时间、收入、价格水平、市场供给、政府供给等因素对中等收入组农村居民的正向消费激励作用更为突出,只有收入达到一定水平时,文化消费需求的变动才会明显,收入对文化消费意愿的影响具有一定门槛效应。第五,运用 Ordered Probit 模型和微观调查数据对农村居民不同类型产品消费满意度进行评价。总体来看,农村居民文化产品消费满意度普遍较低。市场主体的价格评价、产品内容、市场监管规范性和政府主体的文化基础设施规模、公共文化服务质量、文化管理机制健全程度是影响文化产品消费满意度的重要因素,且这些因素对不同类型的文化产品消费满意度作用方向不一。此外,农村居民满意度还受年龄、受教育程度、消费偏好的影响,与性别关联不大。第六,通过介绍及建立多元线性回归模型,利用 2000—2014 年农村居民人均文化消费支出数据,对天津

市 2016—2020 年的文化消费需求进行预测,得出采用多元线性回归模型的平均预测精度为 95%,天津市近 5 年来农村居民文化消费需求将有较快的增长速度,农村文化产业将有较好的发展前景,文化消费呈现新趋势。第七,提出新型城镇化背景下满足农村居民文化艺术需求的政策建议,并指出本书中需要进一步拓展的方向及展望。

目 录

1 导言	1
1.1 选题的背景	2
1.2 研究的目的和意义	5
1.3 国内外研究动态	7
1.4 研究思路、内容与方法	14
1.5 本书的创新之处	18
2 理论基础	20
2.1 相关概念界定	20
2.2 农村居民文化消费的作用	23
2.3 消费需求理论	25
2.4 小结	28
3 新型城镇化背景下农村居民文化艺术需求的基本特征及 存在问题分析	29
3.1 天津市农村居民文化消费状况	30
3.2 调查区域文化消费情况	34
3.3 农村居民文化消费存在的问题	42
3.4 小结	45
4 新型城镇化背景下农村居民文化艺术需求弹性分析	46
4.1 研究假设	48
4.2 模型构建	50
4.3 数据来源及描述性统计	53

4.4 实证结果	55
4.5 小结	60
5 农村居民文化艺术需求影响因素分析 ——基于城镇化政策实施的视角	61
5.1 新型城镇化政策概述	62
5.2 模型构建	67
5.3 数据来源及描述性统计	69
5.4 实证结果分析	71
5.5 结论	75
6 收入分层视角下农村居民不同类型文化产品消费意愿分析	76
6.1 研究方法及变量说明	77
6.2 农村居民不同类型文化产品消费意愿统计	82
6.3 实证结果分析	83
6.4 结论	92
7 农村居民不同类型文化产品消费满意度分析 ——基于市场供给和政府供给双重视角	93
7.1 研究方法、变量拣选及描述性统计	95
7.2 实证结果分析	100
7.3 小结	102
8 新型城镇化背景下农村居民文化艺术需求趋势预测	104
8.1 文化艺术需求预测实证	104
8.2 未来农村居民文化消费的新趋势	107
8.3 小结	109
9 结论、政策建议与研究展望	110
9.1 结论	110
9.2 新型城镇化背景下满足农村居民文化艺术需求的 政策建议	112

9.3 进一步研究展望	115
参考文献	117
附录：关于新型城镇化背景下农村居民文化艺术需求研究的 调查问卷	126

1 导言

随着收入水平的提高和新型城镇化建设的推进，农村居民的生活质量得到改善，消费结构正由基础的物质需求向更高层次的文化消费需求转变，文化消费逐渐成为拉动经济的新增长点，如何满足农村居民的文化艺术产品需求并进一步扩大文化消费需求以带动经济增长的问题，是我国农村地区公共文化管理领域亟待研究的重要课题，也是政府公共部门利用制度以外手段实现文化产品有效供给需要解决的迫切问题。但现实情况是，农村地区文化艺术产品供给难以满足日益增长的消费需求，供需矛盾突出，直接映射出我国农村文化艺术建设及供给机制的缺陷。因此，研究农村居民文化消费需求对促进经济增长、改善农村居民生活质量和完善供给机制来说具有很强的实践意义。在国家大力推进新型城镇化建设的背景下，农村居民文化消费需求特征、城镇化政策和收入分层对农村居民文化消费需求的影响，以及农村居民对当前农村市场文化产品供给的满意度，是识别农村居民文化需求偏好，构建自下而上的公共文化服务供给机制，解决文化产品供需矛盾时需要解答的关键问题。在此基础上，本书运用微观调查数据，探讨了新型城镇化背景下农村居民文化艺术产品消费行为，阐释了文化产品消费需求和供给形成的内在机制，试图为我国农村社区需求导向型文化产品供给制度创新提供决策参考和实证依据。

1.1 选题的背景

1.1.1 推动农村居民文化消费是带动农村文化产业、促进经济增长的重要途径

随着新型城镇化进程的加快、农村居民生活水平的提高以及消费观念的改变,农村居民开始重视生活的品位和档次,农村居民的文化消费需求开始增加,农村地区文化产业呈现出巨大的发展潜力和市场空间。为进一步满足和激发农村居民日益增长的文化消费需求,充分挖掘市场潜力,国务院颁发了《文化产业振兴规划》,倡议“不断适应居民消费结构的新变化和满足居民审美的新需求,创造形式多样的文化产品和服务,提高居民文化消费意识,培育新的消费热点”。农村地区文化产业由此得以迅猛发展。农村居民文化消费推动了文化产业的发展,而借助文化产业的发展既可以实现经济“量”的增长,又可以实现“质”的飞跃(金晓彤等,2013)。根据统计数据显示,近年来文化消费对经济增长的贡献率不断提升,平均贡献率达到4%,从中长期来看,农村居民文化消费内容日益丰富,文化消费在促进经济增长方面发挥的作用日渐明显。仅以天津市为例,由统计年鉴数据测算得出,农村居民文化消费支出每增加一单位,带动天津市经济增长4.9%。

1.1.2 农村居民文化艺术需求难以和城镇化背景融合,城乡文化消费差距较大

新型城镇化的建设侧重于社会经济结构的转型与农村居民生活质量的改善,城镇化建设能够为农村居民提供更好的基础设施和消费环境。但在农村居民参与城镇化的过程中,会出现文化艺

术需求与城镇化身份难以融合等问题,即部分农村居民已经城镇化,且有很大的文化艺术需求,但由于城乡文化产品严重失衡,基础设施供给不完善,导致以农村和农村居民为主题的文化产业相对匮乏,农村居民难以真正像城镇居民一样享受高品质的文化服务或文化产品,农村“文化荒”现象长期存在。与此同时,我国农村居民人均文化消费上升速度较缓,消费水平不高,文化消费总量仍然较低,城乡人均文化消费差距日渐扩大(向明,2015)。从统计年鉴数据来看,2014年,农村居民人均文化消费860元,与我国城镇居民人均消费2142元相比,还有较大的上升空间。

1.1.3 农村居民文化艺术需求受到收入的制约

需求是在一定的收入和价格约束条件下形成的。理论上,文化产品消费具有需求弹性大的特征,即在农村居民收入水平较低的情况下,农村居民对文化产品的消费需求较低,只有当收入水平提高到一定程度,农村居民才会有购买文化产品的经济实力,增加对文化消费的支出。根据国际经验,当人均国民生产总值(GDP)达5000美元时,居民文化消费支出的绝对值或占总消费额比重都会出现较大幅度的提升,文化消费能力也有所提升。因此,收入水平的提高是文化消费增加的前提和基础,农民收入相对偏低,抑制了文化消费需求的增长。在实地调研中发现,截止到2015年底,天津市农村居民的人均GDP约为2800美元,仍处于由较低基本生活消费向高层次精神文化消费过渡的阶段。农村居民将更多的收入投到教育、养老和医疗领域,很难有闲钱再用于文化产品的消费,即使有部分农户有进行文化产品消费的意愿,但受到收入的制约而没有能力进行支付。因此,天津市农村居民总体文化消费水平较低,文化消费仅占农村居民收入的7%,农村居民文化艺术需求严重滞后于农村居民收入水平。

1.1.4 农村居民文化艺术需求与文化供给存在错位

十七届六中全会提出“加强文化基础建设，要构建让群众广泛享有免费或优惠的公共文化服务体系”。为此，政府加大农村文化产品及服务的投入力度，建设“文化站”“农家书屋”“广播电视村村通”等文化惠民工程，展开“三下乡活动”等。然而，由于政府自上而下的供给机制和缺乏对农村居民的深入调查，导致农村居民参与度不高，许多文化产品及服务并不是农村居民所需要的，出现不少文化基础设施闲置、公共资源被极大浪费的现象。公共文化产品供给效率低下、公共文化服务质量低下，文化艺术需求与文化供给存在错位，导致农村居民成为文化供给的被动消费者，文化消费的激情难以被激发，农村居民的需求不能得到满足。

此外，不同区域的文化消费因其资源禀赋、政策差异和居民消费偏好的不同会有很大的异质性。根据《中国文化消费指数研究报告》统计可知，我国农村居民文化消费意愿比城镇居民更强烈，但在文化满意度、文化产品消费便利程度、文化消费渠道、文化消费能力等方面远低于城镇居民水平，由此表明，未来中国农村文化市场将为文化产业提供巨大发展空间。因此，研究农村居民文化消费需求，加强文化消费的区域研究，因地制宜地供给文化产品显得尤其重要。

基于此，本书采用农村居民微观调查数据，在总结天津市农村居民文化消费特点的基础上，指出文化消费存在的问题，利用计量分析模型估计农村居民文化艺术需求的弹性及偏好，从城镇化政策推进和收入分层视角考察农村居民文化需求的影响因素，并从供给角度考察农村居民文化产品消费满意度，在此基础上，对未来五年内天津市农村居民文化消费需求进行预测，力求为天津市农村居民文化消费水平的提高和消费结构的改善提供理论支