



国家哲学社会科学成果文库

NATIONAL ACHIEVEMENTS LIBRARY
OF PHILOSOPHY AND SOCIAL SCIENCES

中国文化消费 提升研究

毛中根 等著

 科学出版社



国家自然科学基金委员会

NATIONAL SCIENCE FOUNDATION OF CHINA
RESEARCHER'S GUIDE

中国文 化消费 提升研究

王中林 等著

中国社会科学出版社



国家哲学社会科学成果文库

NATIONAL ACHIEVEMENTS LIBRARY
OF PHILOSOPHY AND SOCIAL SCIENCES

中国文化消费 提升研究

毛中根 等著

科学出版社

内 容 简 介

文化消费具有经济、社会和意识形态三重属性。提升文化消费能为人民群众提供丰富的精神食粮,有益于满足人民对美好生活的需要,能有效彰显其经济、社会与意识形态效益。本书以中国特色社会主义文化消费科学内涵为基点,研究文化消费提升的要义、文化消费发展演进、文化消费的增长因素及机理、文化消费质量的内容及提升思路、文化消费满意度量化体系与指数构建、文化消费提升的国际比较及经验借鉴、文化消费调控机制、文化消费提升机制及路径选择等问题。本书期望准确把握文化消费发展的时代命题,积极借鉴国外文化消费发展经验,掌握我国文化消费在扩大数量、提高质量、提升满意度三个方面的发展逻辑,揭示我国文化消费调控机制,探索建立中国特色社会主义文化消费提升的理论体系。

本书可作为消费经济学、文化经济学等专业的高等院校教师和学生的文献资料,也可作为从事消费和文化管理的工作人员提供参考。

图书在版编目(CIP)数据

中国文化消费提升研究 / 毛中根等著. —北京: 科学出版社, 2018.3
(国家哲学社会科学成果文库)

ISBN 978-7-03-056287-6

I. ①中… II. ①毛… III. ①文化生活—消费—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 006504 号

责任编辑: 李 莉 / 责任校对: 赵桂芬

责任印制: 张克忠 / 封面设计: 肖 辉 黄华斌

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京通州皇家印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

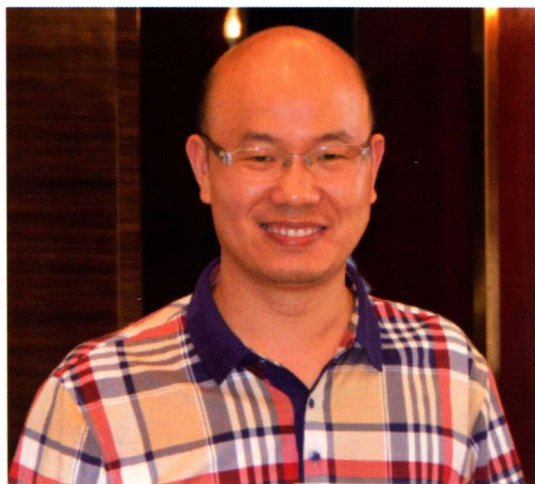
2018 年 3 月第 一 版 开本: 720 × 1000 1/16

2018 年 3 月第一次印刷 印张: 24 3/4 插页: 4

字数: 400 000

定价: 186.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)



作者简介

毛中根 男，湖南武冈人，经济学博士，经济学博士后。现任西南财经大学中国西部经济研究中心主任、教授、博士生导师，四川省第十二届政协委员，兼任（中国）消费经济学会学术委员会副主任、四川省居民消费研究会理事长。入选了教育部“新世纪优秀人才支持计划”，系四川省学术和技术带头人、四川省教育厅创新团队负责人。

主持完成了国家社会科学基金重大项目、国家自然科学基金面上项目、国家社会科学基金青年项目、霍英东教育基金会高等院校青年教师基金项目等课题。研究成果发表于《统计研究》《数量经济技术经济研究》《管理科学学报》《金融研究》《财贸经济》《经济学动态》《南京大学学报》《人民日报》《光明日报》《教育部简报（高校智库专刊）》等报刊，出版专著《生产大国向消费大国演进研究》。研究成果获商务部商务发展研究成果奖一等奖、教育部高等学校科学研究优秀成果奖（人文社会科学）三等奖、四川省社会科学优秀成果奖二等奖和三等奖、山东省社会科学优秀成果奖三等奖等奖项。

《国家哲学社会科学成果文库》

出版说明

为充分发挥哲学社会科学研究优秀成果和优秀人才的示范带动作用，促进我国哲学社会科学繁荣发展，全国哲学社会科学规划领导小组决定自2010年始，设立《国家哲学社会科学成果文库》，每年评审一次。入选成果经过了同行专家严格评审，代表当前相关领域学术研究的前沿水平，体现我国哲学社会科学界的学术创造力，按照“统一标识、统一封面、统一版式、统一标准”的总体要求组织出版。

全国哲学社会科学规划办公室

2011年3月

序

努力满足人民日益增长的美好文化生活需要

——为《中国文化消费提升研究》作序

洪银兴*

党的十九大报告指出，文化自信是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。在现代化建设进程中，我国始终把文化建设放在重要位置。要坚持中国特色社会主义文化发展道路，激发全民族文化创新创造活力，建设社会主义文化强国。文化兴国运兴，文化强民族强，文化建设是中国特色社会主义事业“五位一体”总体布局的重要组成，在推进社会主义现代化进程中扮演着重要角色。文化消费（cultural consumption）是文化建设中的重要一环，既直接作用于人民群众精神文化需要的满足，促进人全面自由

* 洪银兴，南京大学原党委书记，南京大学文科资深教授。

发展；又作用于文化生产力的解放与发展，推动经济发展；还作用于社会主义核心价值观的培育和践行，促进社会进步。

当前，中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这预示着人民的消费预期不断增强，由强调集合数量概念的物质文化需要变为强调质量概念的美好生活需要，表明我国的消费发展已跨越过去的消费数量满足阶段，进入消费质量满足的新阶段。文化消费属于发展、享受型消费，是消费结构升级的重要方向。满足人民日益增长的美好生活需要，应不断为社会提供优质文化产品与服务，缩小文化消费差距，促进文化消费提升，从文化需要的角度回应人民对美好生活需要的满足。

该书厘清了文化消费提升的理论内涵，构建了文化消费提升的“三位一体”理论框架。与扩大文化消费相比，提升文化消费具有更丰富的含义。随着人们收入水平的提高和消费结构的升级，人们对消费的追求更加注重文化消费的满足，对文化消费的追求更加注重文化消费的质量和文化消费的满意度。根据消费需求升级规律和不断满足人民对美好生活的需要，该书科学界定文化消费提升的内涵，建立文化消费数量扩大、质量提高和满意度提升“三位一体”的理论框架，提出数量扩大是文化消费提升的基础，在数量扩大的基础上，质量提高与满意度提升共同构成了文化消费提升体系。文化消费数量扩大，不仅是人均文化消费支出的增加，而且还要有文化消费支出占总消费支出比重的提高；文化消费质量提高，要求在供给侧提供更优质的文化产品和服务；文化消费满意度提升，既包括人们对文化消费满意程度主观评价的提升，也包括文化产品或服务的供给水平、文化消费环境等客观条件的改善。

该书从经济学视角切入文化问题研究，夯实相关基础性工作，为我国文化经济学理论发展做出探索。该书在充分借鉴已有文化消费内涵研究成果基础上，提出社会主义文化消费的科学内涵，深度剖析我国文化消费发展已经历的四个阶段及其特征、文化消费结构与差距演变、文化消费发展现实困境与新态势、文化消费的增长因素及机理等，界定文化消费质量与满意度的内涵并构建指标体系，分析文化消费政策调控机制，借鉴发达国家文化消费提升经验，探索我国文化消费提升的政策路径。无疑，这些研究成果对促进文

化发展、提升文化消费具有重要的参考价值。

该书在准确定位我国文化消费发展的时代价值基础上，从经济学视角提出文化消费数量扩张、文化消费质量提高、文化消费满意度提升的“三位一体”理论框架，并在该理论框架的基础上，清晰剖析文化消费提升的内在规律与机理，丰富中国特色文化消费理论，为文化问题的经济学研究提供探索性范例。

毛中根博士于 2006 年从南京大学取得经济学博士学位后进入西南财经大学工作，十余年来一直从事消费经济学领域的教学和科研。该书在其主持完成的国家社会科学基金重大项目结题报告基础上修改而成，并入选了《国家哲学社会科学成果文库》，可喜可贺。希望他继续深入文化消费与文化经济研究，取得更好的成果，为推动文化大发展大繁荣做出贡献。

是为序。

2017 年 11 月

目 录

总论	(1)
第一章 文化消费提升的要义及文献回顾	(22)
第一节 文化消费的提升要义	(22)
第二节 文献回顾	(33)
第三节 研究评述与启示	(53)
第二章 我国文化消费发展演进分析	(58)
第一节 我国文化消费发展历程	(58)
第二节 我国文化消费增长的阶段性特征及新态势	(78)
第三节 我国文化消费结构的演变	(92)
第四节 我国文化消费差距及其演变	(103)
第五节 我国文化消费提升面临的困境	(121)
第三章 文化消费的增长因素及机理分析	(126)
第一节 收入结构演变与文化消费增长	(126)
第二节 社保制度改革与文化消费增长	(139)
第三节 家庭特征变迁与文化消费增长	(159)
第四节 文化产业集聚与文化消费增长	(172)

第四章 文化消费质量的内容及提升思路·····	(187)
第一节 文化消费质量的内涵与描述性评价·····	(188)
第二节 分区域居民文化消费质量指数的测度及比较分析·····	(204)
第三节 提升我国文化消费质量的基本思路·····	(223)
第五章 文化消费满意度量化体系与指数构建·····	(230)
第一节 文化消费满意度量化体系的理论分析·····	(230)
第二节 文化消费满意度指数的初步构建及应用·····	(239)
第三节 文化消费满意度指数应用启示及完善思路·····	(255)
第四节 提升居民文化消费满意度的基本思路·····	(261)
第六章 文化消费提升的国际比较及经验借鉴·····	(265)
第一节 文化消费发展的国际比较·····	(265)
第二节 典型国家文化消费发展状况·····	(269)
第三节 典型国家文化消费发展状况比较·····	(299)
第四节 文化消费提升的国际经验·····	(305)
第五节 主要结论与启示·····	(319)
第七章 文化消费调控机制分析·····	(322)
第一节 文化消费调控机制概述·····	(322)
第二节 文化消费调控工具传导路径及机制分析·····	(330)
第三节 完善文化消费调控机制的思路·····	(342)
第八章 文化消费提升机制及路径选择·····	(347)
第一节 文化消费的提升机制·····	(347)
第二节 文化消费提升的路径选择·····	(352)
参考文献·····	(359)
索引·····	(382)
后记·····	(384)

Contents

Introduction	(1)
---------------------------	-------

Chapter 1	Essence of Promoting Cultural Consumption and Literature Review	(22)
1.1	The Core Essence of Cultural Consumption Promotion.....	(22)
1.2	Literature Review.....	(33)
1.3	Research Review and Implications	(53)

Chapter 2	Analysis of the Evolution of China's Cultural Consumption ...	(58)
2.1	The History of China's Cultural Consumption	(58)
2.2	Stages Characteristics and New Trends of China's Cultural Consumption Growth.....	(78)
2.3	Evolution of China's Cultural Consumption Structure.....	(92)
2.4	China's Cultural Consumption Gap and Its Evolution	(103)
2.5	Dilemma of China's Cultural Consumption Improvement	(121)

Chapter 3	Analysis on Growth Factors and Mechanism of Cultural Consumption	(126)
3.1	Evolution of Income Structure and Cultural Consumption Growth	(126)

- 3.2 Reform of Social Security and Cultural Consumption Growth..... (139)
- 3.3 Changes in Family Characteristics and Cultural Consumption Growth
..... (159)
- 3.4 Cultural Industry Agglomeration and Cultural Consumption Growth
..... (172)

Chapter 4 Content of Cultural Consumption Quality and Ideas for Improvement..... (187)

- 4.1 Connotation and Descriptive Evaluation of Cultural Consumption
Quality..... (188)
- 4.2 Measures and Comparative Analysis of Residential Cultural Consumption
Quality Index in Different Regions (204)
- 4.3 Basic Ideas for Improving the Quality of Cultural Consumption in China
..... (223)

**Chapter 5 Construction of the Consumption Satisfaction Quantification
System and Index..... (230)**

- 5.1 Theoretical Analysis of Quantification System of Cultural Consumption
Satisfaction (230)
- 5.2 Initial Construction and Application of the Cultural Consumption
Satisfaction Index..... (239)
- 5.3 Implications and Improvement Ideas of the Application of Cultural
Consumption Satisfaction Index..... (255)
- 5.4 Basic Ideas for Enhancing the Residential of Cultural Consumption
Satisfaction (261)

**Chapter 6 International Comparison and Lessons of the Cultural
Consumption (265)**

- 6.1 International Comparison of the Development of Cultural Consumption
..... (265)

6.2	The Development of Cultural Consumption in the Typical Countries	(269)
6.3	Comparison of the Development of Cultural Consumption in Some Typical Countries	(299)
6.4	International Experiences in Promoting the Cultural Consumption	(305)
6.5	Main Conclusions and Implications	(319)
 Chapter 7 Analysis of Cultural Consumption Regulation Mechanism		
7.1	An Overview of the Regulation Mechanism of Cultural Consumption	(322)
7.2	Analysis of the Transmission Path and Mechanism of Cultural Consumption Control Tools	(330)
7.3	Ideas for Perfecting the Regulation Mechanism of Cultural Consumption	(342)
 Chapter 8 Promotion Mechanism of Cultural Consumption and Route Selection		
8.1	Mechanism of Promoting Cultural Consumption	(347)
8.2	Selection of Ways to Promote Cultural Consumption	(352)
 References		
Index		
Postscript		

总 论

一、研究背景

在现代化建设进程中，我国政府始终把文化建设放在重要位置。党的十六大报告提出经济建设、政治建设、文化建设“三位一体”，十七大报告将其扩展为经济建设、政治建设、文化建设和社会建设“四位一体”，十八大报告则进一步指出，建设中国特色社会主义，总体布局是经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设“五位一体”。文化建设是中国特色社会主义事业“五位一体”总体布局的重要组成，在推进社会主义现代化进程中扮演着重要角色。十九大报告更是将文化建设提升到国运的高度，强调“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴则国兴，文化强则民族强。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。要坚持中国特色社会主义文化发展道路，激发全民族文化创新创造活力，建设社会主义文化强国”（习近平，2017）。

十九大报告指出，“中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”（习近平，2017）。文化消费在满足人民群众包括文化在内的日益增长的美好需要方面将起到举足轻重的作用，满足文化需求才能更好地推动人的全面发展和社会的全面进步。

作为文化建设不可或缺的重要环节，扩大文化消费一直是学术界和政府部门关注的热点问题。然而仅仅关注文化消费支出或文化产业增加值虽然有利于文化建设，但是容易造成重数量而轻质量、重扩张而轻发展的错误导向。从更深远的层面来看，研究如何提升文化消费才能够从根本上促进社会

主义文化事业建设目标的实现。此处所讲的“提升”，既包括在经济层面，通过文化消费数量扩张而产生的促进经济增长的效果；也包括在社会层面，通过文化消费质量提高而产生的增加居民幸福感与构建和谐社会的效果；还包括在国家层面，通过文化消费结构调整而产生的弘扬传统文化、奠定文化强国地位、展示文化自信的效果。因此，文化消费提升既直接体现文化建设的目的，也构成文化建设的内生动力。

（一）长期意义

首先，文化消费提升是深化文化体制改革的题中应有之义，也是破解改革现实困境的关键所在。我国文化体制改革进入深水区，改革面临着诸多深层问题与体制障碍，需要攻坚克难，推动文化体制改革不断实现新进展。党的十九大报告提出，“要深化文化体制改革，完善文化管理体制，加快构建把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的体制机制”（习近平，2017）。同时对中国特色社会主义文化发展提出更高的要求，强调“发展中国特色社会主义文化，就是以马克思主义为指导，坚守中华文化立场，立足当代中国现实，结合当今时代条件，发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的大众的社会主义文化，推动社会主义精神文明和物质文明协调发展。要坚持为人民服务、为社会主义服务，坚持百花齐放、百家争鸣，坚持创造性转化、创新性发展，不断铸就中华文化新辉煌”（习近平，2017）。深化文化体制改革必然涉及文化消费提升问题。提升语境下的文化消费包括数量扩张、质量提高和结构优化，以及其对文化产业、文化事业、经济社会、人的发展等的深层次影响机制。提升语境下的文化消费要服务于“牢牢掌握意识形态工作领导权”“培育和践行社会主义核心价值观”“加强思想道德建设”“繁荣发展社会主义文艺”“推动文化事业和文化产业发展”（习近平，2017）。

其次，文化建设由重视扩大文化消费数量向重视提升文化消费质量和文化消费满意度转变，是不断满足人民群众美好文化生活需要的必然结果。满足人民群众日益增长的精神文化需求，是文化建设的根本任务。随着人民群众的物质需求不断得到满足，人们对精神文化需求的层次不断提高。人民群众的文化消费日益活跃，并向高品质、多样化和个性化发展（蔡武，

2010)。党的十九大报告指出,“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”(习近平,2017)。这表明人民的消费已经跨越数量满足阶段,进入质量优化满足阶段。面对这一变化,只有增进居民需要和文化供给之间的结构性和动态性匹配,才能从根本上实现中国文化产品和服务的供需平衡。进一步,保障和改善民生就是要解决人民最关心、最直接的利益问题,最大限度地满足人民群众的需要。当人民群众的基本物质需要得到满足后,精神文化需要成为民生问题的关注点。树立文化民生理念,就是坚持从人的多样性文化生活需要出发,“创造尽可能多而优的文化产品和服务,满足人们求知、求乐、求美的精神文化需求”(聂辰席,2011)。文化消费的切实提升,能够使文化发展成果最大限度地惠及人民群众,让人民身心得到愉悦,情操得到陶冶,丰富人民群众的精神文化生活,保障和改善人民群众的文化权益。

再次,文化建设由重视文化消费数量向重视文化消费层次提升转变,是通过内需扩张保证经济可持续发展的必然要求。《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》明确指出,“把扩大文化消费作为扩大内需的重要组成部分,建立扩大文化消费需求的长效机制,以优质、丰富的文化产品和服务吸引消费者,增加文化消费总量,提高文化消费水平”^①。近20年来,文化消费虽一直保持高速增长,1995~2015年,全国城乡文化消费总量由1962.86亿元增至24036.45亿元,年均增长13.34%(王亚南,2017),但与发达国家相比,我国文化产业与文化消费还有较大缺口。通过文化消费层次的提升可以极大地释放文化消费潜力:一是,文化消费是居民消费的重要组成部分,是拉动经济增长的三驾马车的重要组成部分;二是,文化消费是文化产业发展的内在动力,文化产业是低能耗、少排放、多就业的新兴产业,对调整经济结构、促进产业升级、转变经济发展方式具有重要意义;三是,文化消费提升对文化生产力的进一步发展起着非常重要的推动作用。文化消费是一种能动性消费,能够提高国民素质,提高和激发人的创造力。满足了国民的文化消费,也就再生产着高端的生产力,国民文化消费水平越高,文化生产也就

^① http://zwgk.mcprc.gov.cn/auto255/201205/t20120510_473085.html?keywords=%E6%96%87%E5%8C%96%E6%94%B9%E9%9D%A9%E5%8F%91%E5%B1%95%E8%A7%84%E5%88%92。