

人民日报学术文库

中国城镇居民 文化消费行为研究

王晓彦 胡德宝◎著

人民日报出版社

海外借

人民日报学术文库

中国城镇居民 文化消费行为研究

王晓彦

胡德宝◎著

常州大学图书馆藏

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国城镇居民文化消费行为研究 / 王晓彦, 胡德宝

著. —北京: 人民日报出版社, 2017. 11

ISBN 978-7-5115-5037-8

I. ①中… II. ①王…②胡… III. ①城镇—居民消

费—行为—研究—中国 IV. ①F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 253507 号

书 名: 中国城镇居民文化消费行为研究

著 者: 王晓彦 胡德宝

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 宋 娜

封面设计: 中联学林

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369509 65369846 65363528 65369512

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369844

网 址: [www. peopledaily. press. com](http://www.peopledaily.press.com)

经 销: 新华书店

印 刷: 三河市华东印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

字 数: 130 千字

印 张: 12

印 次: 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-5037-8

定 价: 68.00 元

作者简介

王晓彦 1983年生，山西省阳泉人。2011年6月毕业于吉林大学商学院，获管理学博士学位；2011—2014年于中国人民大学从事博士后研究工作。现为苏州科技大学商学院讲师。主要研究方向为消费者行为学、商品流通、零售学。主持及参与了国家级和省部级社科项目8项。已出版专著有《店铺认同与店铺印象的一致性研究》，在《财贸经济》《中央财经大学学报》等国内核心学术期刊发表论文二十余篇。

胡德宝，1983年生，湖北省安陆人。中国人民大学商学院经济学博士、工商管理博士后，美国佐治亚理工大学访问学者；现为中国人民大学国际学院副教授。主要研究方向为产业经济学、金融风险管理。主持国家及省部级课题2项，参与国家社会科学基金重大和重点课题在内的国家级课题6项。在《金融研究》《中国软科学》《国际金融研究》等核心期刊发表论文近30篇，出版专著5部。

前 言

城市作为人类相互联系、聚集、居住的产物，是人类文明的重要标志。随着时代的发展，城市从制造业中心和有形产品集散地，发展为以知识产出为标志的非物质产品生产中心；也已经从商贸城市、工业城市为表现特征的阶段发展到以文化城市、创意城市为表现特征的新都市主义阶段。

在新的城市发展中，文化消费的繁荣不仅成为城市发展和繁荣的特征，更是城市继续发展的重要驱动力，也是我国未来实现消费升级的关键。根据发达国家的发展经验和现代经济发展趋势，当人均 GDP 超过 1000 美元时，社会将会对农业初级产品和工业消费品以外的产品产生新的需求，人们对文学、艺术、教育、科学等方面的支出和消费活动将大为增加，文化消费需求将进入膨胀期。目前，我国各地区人均 GDP 均已超过了这个数值，人均 GDP 最低的甘肃省 2016 年已达到人均 GDP 为 27508 元。可见，我国整体上已经从原来的满足于基本生存需要的低层次消费向高层次消费升级。

本书分别在深入分析文化及消费与城市发展关系的理论基础,剖析了国外发达国家城市的经验和模式,将研究落脚在城镇居民消费动机上。因此,结合中国经济转型中城镇居民面临的不确定性,通过实证研究剖析了中国居民消费不振、文化消费过低的制度性因素。本书还多角度分析了中国城镇居民文化消费的现状及影响因素,并以北京为例对北京文化产业发展水平建立评价指标体系进行了评估。

通过评价发现,在中国所有城市中,北京作为一个拥有悠久历史文化和皇城文化资源的古都以及当代中国的政治、文化中心,在文化发展中具有独特优势,但同时也存在文化体制改革不到位、创意不足等制约条件。北京文化消费和文化产业发展的SWOT分析,为其他城市发展文化产业、提升居民文化消费水平提供了很好的案例,为它们取长补短提供了样本。

最后,本书以北京市居民对古典音乐的消费情况进行分析,可以发现北京在文化消费方面仍有很大的挖掘潜力,因此北京市应通过多种举措大力发展居民的文化消费。

目 录

CONTENTS

第一章 绪 论	1
第二章 文化与城市发展	4
第一节 现代城市的发展内涵	4
第二节 促进城市文化发展的经验	7
一、美国的文化促进策略	7
二、英国的发展经验	8
三、日本的文化立国策略	10
四、韩国的文化立国策略	15
第三节 文化促进城市发展的模式	21
一、结合文化设施建设的城市更新	22
二、结合文化活动举办的城市更新	23
三、结合文化产业发展的城市更新	24
第四节 文化促进城市发展中存在的成效及问题	25

一、文化认同的问题	26
二、经济发展的问题	28
第五节 小结	29
第三章 消费及城市发展	31
第一节 传统消费理论	31
一、绝对收入假说	32
二、相对收入假说	33
三、基本的生命周期—持久收入假说(LC—PIH)	34
第二节 不确定性下的现代消费理论	35
一、预防性储蓄理论	36
二、流动性约束假说	38
三、缓冲存货储蓄理论(Buffer—Stock Saving Theory)	39
第三节 消费社会与城市	41
一、消费社会	41
二、城市由生产中心向消费中心转型	42
三、消费与城市的融合	44
第四节 美国:消费空间引导城市发展	46
一、购物中心与郊区社会发展	47
二、消费节庆场所与内城复兴	49
第五节 欧洲:消费发展与城市认同走向融合	51
一、美国式购物中心的引入	51
二、消费的控制与欧洲城市认同	53
三、“隐藏的购物中心”与文化规划	54

第六节 小结	57
第四章 我国城镇居民的消费行为研究	60
第一节 相关研究	61
第二节 我国城镇居民面临的不确定性增强的具体表现 ...	63
一、未来收入的不确定性增强	64
二、城镇居民未来支出的不确定性增强	65
三、流动性约束巩固了城镇居民的不确定性	66
第三节 不确定性增强的制度经济解释	67
第四节 实证分析	68
一、模型	68
二、中国城镇居民不确定性大小的测度	72
第五节 扩大城镇居民消费的政策建议	76
第五章 我国城镇居民文化消费状况分析	78
第一节 城镇居民基本文化消费状况	79
一、城镇居民基本消费能力	79
二、城镇居民文化消费构成	81
第二节 区域间文化消费情况	83
一、区域间文化消费支出差异	85
二、区域间教育消费支出差异	89
三、区域间文化娱乐服务与文化娱乐用品消费支出差异	92
第三节 北京市城镇居民文化消费状况分析	96
第四节 小结	97

第六章 居民文化消费倾向与文化消费的影响因素	99
第一节 城镇居民的文化消费倾向	99
一、消费倾向及其影响因素	99
二、消费倾向的数学模型研究	101
三、我国城镇居民的文化消费倾向	103
第二节 文化消费的影响因素	105
一、宏观经济的发展水平	105
二、城镇居民的收入水平	105
三、消费主体的特征	108
四、文化产品的消费环境	109
第三节 不同人群的文化消费特征	109
一、不同年龄段居民的文化消费特征	110
二、不同就业情况居民的文化消费特征	110
三、不同受教育程度居民的文化消费特征	112
第四节 对促进居民文化消费的政策建议	113
第七章 北京市的文化发展及消费	117
第一节 文化对北京市发展的重要意义	117
一、文化立国战略是当今发达国家在经济快速发展后的 理性选择	117
二、文化强国是中国复兴之路的历史选择	119
三、文化立市是北京世界城市建设的必然选择	120
四、基于新都市主义的北京文化立市战略的内涵	124
第二节 北京市文化发展状况的评价指标体系	129

一、评价指标的构成要素	129
二、评价指标体系的构建原则	131
三、评价指标体系的构建方法	132
四、评价指标体系	133
第三节 北京市文化发展状况的 SWOT 分析	136
一、北京市文化发展基本状况	136
二、北京市文化发展情况的 SWOT 分析	138
三、结论	149
第四节 北京市促进文化发展的方案建议	150
一、城市文化管理工程	150
二、城市文化共建工程	151
三、政策体系保障工程	153
四、创意环境营造工程	154
五、创意阶层打造工程	155
六、文化科技转化工程	156
七、城市文化输出工程	157
 第八章 北京市居民西方古典音乐消费行为的实证研究	 158
第一节 朋友的“邀请”让观众走近古典音乐	159
第二节 多种因素影响观众欣赏古典音乐演出	162
一、时间至关重要	162
二、演出的价值是核心要素	163
三、曲目说明不可或缺	165

第三节 各类人群对参加西方古典音乐活动要求有所	
差异	166
一、长期接触乐器的观众有更多机会参加了古典音乐	
演出	166
二、各类观众要求有别	166
三、特定曲目和特定演奏者对专业演奏者更有吸引力 ...	167
第四节 小结	168
参考文献	171
后 记	177

第一章

绪 论

随着城市的发展与经济的繁荣，文化消费的兴起与发展是必然的结果。理论研究遵循着理论为实践服务的原则，发展到一定阶段后映射与抽象现实实践。

国内文化消费研究的兴起与消费经济学密切相关，其初始提法为精神文化消费，以相承于马克思的精神生产力理论，即消费者为满足自身精神文化需要而消费文化产品的能力。在具体的研究中，学者们注重于剖析此种精神文化消费的内容及层次。研究的结论因对“文化”界定的维度不同而有所差异。按照狭义文化论的理解，文化消费的内容是指以文学艺术为主体的音像出版物及与此相关的文艺服务等内容。按照广义的文化论的理解，又可将文化消费理解为个体因满足文化生活的需要而对物质和劳务的消费，该种文化生活的需要主要包括教育培训、娱乐休闲、文化艺术以及精神追求等内容。但文化消费概念及内容的研究，仅是文化消费研究的表层部分，而关于文化消费动因及其演化路径的研究，才是文化消费研究的核心所在。在目前的研究中，国内学者虽然提出了文化消费与社会个体的价值观、审美观及兴趣爱好

有关,但却未能深入探讨文化消费与以上相关因素间的影响关系大小,并缺乏定量分析方法的应用,该情况的出现也可能与文化消费的研究主题有关。文化这一概念本身所承载的社会学意义,以及定量分析法在整体问题研究上的局限性,使得定性分析法成为国内学者的首选。若能选择典型性的实证样本,并准确定位于文化消费现状的具体成因,将会有可能消除定量分析法在应用中的局限性,以实现文化消费研究在研究方法上的创新,而关于该目标的实现,可以从国外社会学家提出的“消费文化”研究范式中借鉴。这是因为,“消费文化”的研究范式,是将消费现象同社会阶层结构、社会关系等社会事实并列考察,以最大限度地拓展“消费”的边界维度。

其实,这种消费范式的研究思想,还可以看作是对布尔迪厄(Bourdieu)的社会再生产理论的验证,它将文化消费与社会分层相结合。在相关的研究中,国外学者也取得了实证方面的支持:如比哈根(Bihagen)利用瑞典家庭支出数据分析不同收入阶层消费支出的不同,发现高收入阶层消费的目的多在于维系自己经济和社会地位;卡茨(Katz)利用结构等效的方法将以色列相近的家庭消费模式作为分层指标,并在与收入比较后,发现两者的结果可以互为验证;艾丁(Adyin)利用土耳其国家统计局提供的数据,分析了经济社会因素对消费模式、品味以及生活方式的影响,发现了社会分层变量,如收入、教育、职业等因素决定了他们的消费模式以及生活方式。同时,随着社会结构变迁、价值观改变、艺术审美变化等事实因素的引入,使得定量分析法在文化消费研究中的应用就成为可能。另外,还需要注意的是,按照

普沃斯基和图纳 (Przeworski & Teune) 提出理论普适性标准,就意味着相同理论必须适应不同情境下评估。为此,应该注意到中国的政治及文化与西方的不同,这使得文化消费研究中,社会阶层结构在国内研究的嫁接,更多表现于性别、年龄、职业、收入等人口统计变量上的划分,并不存在明显的政治性地位划分。

近几年,中国经济的发展,推动着居民文化消费的增长与繁荣,特别是城镇居民的文化消费迅速增长,这也使文化产业成为重要的主导性产业,并代表着未来经济发展的趋势。但是,中国城镇区域分布的广泛,以及一线城市与二、三线城市之间发展的不平衡性,为文化消费实践在理论上的抽象带来一定难度,并进而影响到相关文化产业政策的制定。而北京作为中国的一线城市,它的城镇生活形态及消费模式对其他城市会起着引领性的作用。因此,若以北京为例来研究居民的文化消费,并总结当前城镇居民文化消费的一般性特征及最新动态,既可以作为消费经济学研究领域的拓展,为国内文化消费的研究提供理论与实证的支持,还可以为相关文化产业政策的制定提供决策依据。

第二章

文化与城市发展

第一节 现代城市的发展内涵

城市作为人类相互联系、聚集、居住的产物，是人类文明的重要标志。随着时代的发展，城市的功能也发生了一定变化。工业时代的城市是制造业中心和有形产品集散地，后工业时代的城市可以说是以知识产出为标志的非物质产品生产中心，其特征主要体现在文化性、消费性、宜居性、生态性等方面。从工业时代到后工业时代，城市的发展也已经从商贸城市、工业城市为表现特征的阶段发展到以文化城市、创意城市与田园城市为表现特征的新都市主义阶段。

新都市主义提倡让城市自然化，让自然城市化。其精髓就在于让都市文明与自然属性和谐共存，在满足人们对城市资源的高度利用的同时，充分发挥城市的基本作用，充分顾及人与自然、社会的关系。倡导一种快节奏、低生活成本、高娱乐的都市“跃

动人群”生活模式，强调居住背景、个性化生活；强调生活轻松便利的居住环境、和睦的邻里关系、全力以赴的工作、尽情地享受与娱乐的生活方式。新城市主义理论的特点体现在以下八个方面：（1）限制城市边界，建设紧凑型城市；（2）继承传统，复兴传统开发；（3）以人为本，建设充满人情味的新社区；（4）尊重自然，回归自然；（5）提高公众对城市规划的参与性；（6）提倡健康的生活方式；（7）回归传统习惯性的邻里关系；（8）实现社会平等和公共福利的提高。

其中“田园城市”就是在这种“新都市主义”观念指引下，提倡注重社区的整合，而且注重考虑机会成本、时间成本与居住舒适的结合，并注重避免奢侈布局对环境的破坏、对土地和能源的过度耗费的生态城市。“田园城市”最早是在19世纪末英国社会活动家霍华德的著作《明日，一条通向真正改革的和平道路》中提出的，霍华德关于城市规划的设想是建设一种兼有城市和乡村优点的理想城市，他称之为“田园城市”。田园城市实质上是城和乡的结合体，它兼有城、乡的有利条件而没有两者的不利条件。1919年，英国“田园城市和城市规划协会”经与霍华德商议后，明确提出田园城市的含义：田园城市是为健康、生活以及产业而设计的城市，它的规模能足以提供丰富的社会生活，但不应超过这一程度；被乡村带包围；全部土地归公众所有或者托为社区代管，这是霍华德关于田园城市最初的设想。时代发展至今，现代田园城市的思想核心与霍华德最初的设想保持一致，即体现自然之美、社会公正、城乡一体。其内涵则发生了一定变化：一是在功能定位上，现代田园城市不但是国家重要的中心城市，同