

# 中国文化产业对居民消费的影响

赵婉妮<sup>1</sup>, 郝东明<sup>2</sup>

(1. 西安财经大学 统计学院, 西安 710100; 2. 西安财经大学 马克思主义学院, 西安 710100)

**摘要:**为探明文化产业发展与居民消费之间的关系,基于中国文化产业现状,选取文化产业和居民消费的样本数据,利用 Stata 软件基准回归模型就文化产业不同细分产业类别对居民消费的影响效应进行实证研究。研究发现:文化批发零售业和文化服务业对居民消费促进作用显著;文化服务业对全国居民消费都有积极的促进作用,文化产业发展对居民消费的影响作用确实存在区域异质性。

**关键词:**文化产业发展;居民消费;基准回归模型

**中图分类号:**G124;F126.1 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2023)06-0041-04

文化产业被誉为 21 世纪的绿色和朝阳产业,其不仅助力于中国优秀文化的发扬与传承,同时体现着中国居民消费水平的提高和升级<sup>[1]</sup>。党的二十大报告提出:增强文化自信,健全现代文化公共服务体系,实施重大文化产业项目带动战略。文化产业作为国家战略性新兴产业,已经成为推动新经济发展的引擎。从当前主要矛盾来看,人们越来越不满足于物质生活的富足,开始追求更高层次的精神享受,人们对于美好生活的向往与发展不平衡不充分已经成为中国社会的主要矛盾<sup>[2]</sup>。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》中提出,文化产业的发展需要建立在拥有经济和社会双向效益的基础上,不断提升国家文化软实力,深化文化体制改革,避免矛盾继续加剧。从总体来看国家不断推进文化产业发展也是继脱贫攻坚以来早日实现共同富裕的关键一环<sup>[3]</sup>。在当前早日实现经济高质量发展的大背景下,要如何高速有效地满足居民物质和精神的双重需求,如何使得居民精神世界更加富足就显得尤为重要和必要。而精神富足主要强调对居民精神文化的满足,政府应当更多注重对居民文化基础设施供给,促进文化消费不断提高,从而助力于文化产业高效发展,同时又将文化产业带来的巨大红利作用于居民消费,以此形成良性的发展循环。基于此,本文在共同富裕背景下研究文化产业与居民消费之间的内在机理和影响效应,对于国家制定合理的文化产业发展政策,助力中国经济高质量发展推

进共同富裕早日实现具有现实意义。本文选取 2013—2020 年全国文化产业和居民消费的样本数据,论证分析了文化产业发展对居民消费水平的影响作用,进一步根据地区分析文化产业发展对居民消费水平的异质性影响,从更微观的视角全面分析两者之间的关系,并为提高全国居民消费水平提供更加有力依据。

## 1 文献综述

越来越多的学者开始重视文化产业与消费之间关系的研究,而现有理论研究主要集中在文化产业的发展阶段和现状以及文化产业发展如何作用于经济增长方面,缺少对这两者关系的实证分析。毛中根和孙豪<sup>[4]</sup>借鉴国外文化消费相关经验来对中国文化消费发展阶段的特点进行总结归纳。于进<sup>[5]</sup>从中国文化消费领域存在的问题展开研究,发现文化消费整体规模和消费层次拥有很大的提升空间,而且供需结构和城乡差异明显,并提出依靠优化相关政策,鼓励文化和其他产业融合来刺激文化消费长期有效发展。夏雨<sup>[6]</sup>立足全国文化产业的发展问题及趋势,对近年来国家对文化产业的供需方面进行系统描述,提出要坚持供给侧改革,尤其是完善需求侧以此来确保稳步提高的文化产业效益。顾江<sup>[7]</sup>将党的十八大以来文化产业划分为 4 个不同发展阶段,发现中国文化产业规模持续增长,产业结构不断高级化,市场主体愈发活跃,并提出要在政策的引领下建立文化产业虚拟集群,完善文

收稿日期:2022-10-24

**作者简介:**赵婉妮(2000—),女,陕西宝鸡人,西安财经大学统计学院,硕士研究生,研究方向为经济统计与数量经济;郝东明(1972—),男,陕西榆林人,西安财经大学马克思主义学院,副教授,研究方向为收入分配。

化金融服务体系,充分释放居民文化消费潜力,以技术赋能文化产品品质提升、营造健康有序的内容创作环境,逐步形成统一文化大市场。吴耿安等<sup>[8]</sup>以全国 31 个省(区、市)为研究对象,通过 2005—2015 年数据对文旅产业和经济发展使用空间错位分析进行研究,发现文旅产业对经济发展促进效应明显,但存在地区异质性,且各省份空间错位程度呈现出下降趋势,高错位省份数量明显减少。安乾<sup>[9]</sup>采用 2010—2016 年的数据利用空间计量模型并立足文化产业发展现状,研究发现人力资本对经济发展促进作用明显,并提出要扩大文化消费推动文化产业发挥进而促进经济高质量发展的政策建议。周建新和谭富强<sup>[10]</sup>从省域视角出发,发现文化产业集聚在空间上溢出效应明显,又通过实证研究得到对外开放程度、R&D 人员和经费投入等对提高地区创新率促进作用显著。综上,学者对中国文化产业发展状况和文化消费对经济发展的影响研究,认为文化产业发展对居民文化消费和经济增长促进作用明显,但现有对于文化消费的研究缺少实证,而且并未将其细分,研究文化产业细分行业对居民消费影响差异的也较为欠缺,因此研究文化产业中细分产业对文化消费的影响效应颇有价值,可为政府更好制定差异化政策提供依据。

2 变量选取与模型构建

2.1 变量选取及定义

根据《文化及相关产业分类(2018)》规定,文化产业类型众多,文化及相关产业涵盖文化制造业、文化批发零售业、文化服务业三大细分产业类型,因此将它们作为核心解释变量。除此之外,考虑到变量涵盖范围不够全面且变量间可能存在内生性问题,因此还需要对除文化产业以外,其他可能影响居民消费的因素加以控制。通过对已有文献的参考和梳理,选取经济发展水平、对外开放水平和政府支持度 3 个指标作为模型的控制变量,变量定义见表 1。

2.2 数据来源及处理

选取 2013—2020 年全国 31 个省(自治区、直辖市)(因数据缺失,未包含港澳台地区)的文化产业和居民消费的样本数据,所有数据均来源于《中国统计年鉴》《文化及相关产业统计年鉴》和统计公报,对数据中的缺失值采用插值法补齐,对异常值进行剔除处理。为保证分析结果更加科学准确,对消费水平、文化制造业、文化批发零售业和文化服务业这 4 个变量的原始数据取对数,以缩小数据异方差,其他变量直接使用原始数据,进行后续分析和检验。

表 1 变量定义

| 变量类型   | 变量名称    | 变量符号   | 变量定义               |
|--------|---------|--------|--------------------|
| 被解释变量  | 消费水平    | XFSP   | 全体居民人均消费支出         |
| 核心解释变量 | 文化制造业   | WHZZ   | 利润总额               |
|        | 文化批发零售业 | PF&-LS | 利润总额               |
|        | 文化服务业   | WHFW   | 利润总额               |
| 控制变量   | 经济发展水平  | GDP    | 地区生产总值             |
|        | 对外开放水平  | OPE    | 进口总额与出口总值的比值       |
|        | 政府支持度   | GOV    | 一般预算支出与地区名义生产总值的比值 |

2.3 计量模型构建

为研究中国文化产业发展对居民消费的影响与作用机制,利用 31 个省份 2013—2020 年的面板数据构建如下基准计量模型:

$$\ln XFSP_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln WHZZ_{it} + \beta_2 \ln PF\&-LS_{it} + \beta_3 \ln WHFW_{it} + \beta_4 X_{it} + \mu_i + \delta_t + \epsilon_{it} \quad (1)$$

式中:  $i$  为各个省省份;  $t$  为时间;  $\ln XFSP$  为各省的消费水平;  $\ln WHZZ$ 、 $\ln PF\&-LS$ 、 $\ln WHFW$  分别为各省区市文化产业中文化制造业、文化批发零售业、文化服务业的发展状况;  $X$  为所有控制变量的合集;  $\mu_i$  为个体固定效应;  $\delta_t$  为时间固定效应;  $\epsilon_{it}$  为随机扰动项;  $\beta$  为系数。

2.4 变量描述性统计

在进行实证分析之前,先对数据进行描述性统计,结果见表 2。

表 2 变量描述性统计

| 变量        | 样本数 | 均值    | 标准差   | 最小值   | 最大值   |
|-----------|-----|-------|-------|-------|-------|
| ln XFSP   | 248 | 9.720 | 0.350 | 8.750 | 10.73 |
| ln WHZZ   | 226 | 12.42 | 2.110 | 5.080 | 15.55 |
| ln PF&-LS | 243 | 10.87 | 1.820 | 6.560 | 14.13 |
| ln WHFW   | 225 | 12.62 | 1.980 | 6.280 | 16.46 |
| ln GDP    | 248 | 9.640 | 0.990 | 6.570 | 11.52 |
| ln OPE    | 248 | 3.260 | 0.470 | 2.480 | 4.910 |
| ln GOV    | 248 | 4.880 | 0.810 | 2.850 | 8.780 |

从表 2 可以看出,中国居民消费的平均值为 9.72,标准差为 0.35,最小值为 8.75,最大值为 10.73。消费水平差异相对较小,文化产业中文化制造业和文化服务业差异较大,标准差分别为 2.11 和 1.980,同时不同省份的地区发展水平、开放程度和政府支持度也有明显的差异。

3 实证结果分析

3.1 基准模型回归

通过豪斯曼检验选择固定效应模型来研究文

化产业发展和居民消费的关系。模型(1)只加入文化产业的3个变量;模型(2)在模型(1)基础上引入了其他的控制变量,控制了个体;模型(3)控制了时间。具体基准模型回归结果见表3。

表 3 基准回归结果

| 变量                  | (1)                      | (2)                      | (3)                        |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
|                     | XFSP                     | XFSP                     | XFSP                       |
| ln WHZZ             | -0.055 4***<br>(0.012 1) | -0.069 7***<br>(0.013 9) | -0.005 48***<br>(0.005 43) |
| ln PF&-LS           | 0.041 6**<br>(0.018 2)   | 0.055 9***<br>(0.017 2)  | 0.010 5 *<br>(0.005 71)    |
| ln WHFW             | 0.141***<br>(0.013 8)    | 0.129***<br>(0.011 9)    | 0.012 6**<br>(0.005 53)    |
| ln GDP              |                          | 0.161***<br>(0.042 5)    | 0.450***<br>(0.060 8)      |
| ln OPE              |                          | -0.373***<br>(0.080 3)   | 0.051 5<br>(0.046 3)       |
| ln GOV              |                          | 0.094 0***<br>(0.015 3)  | 0.023 9***<br>(0.008 77)   |
| 常数项                 | 8.189***<br>(0.104)      | 11.59***<br>(0.602)      | 5.585***<br>(0.740)        |
| 样本数                 | 208                      | 208                      | 208                        |
| R <sup>2</sup>      | 0.609                    | 0.720                    | 0.992                      |
| adj. R <sup>2</sup> | 0.589                    | 0.702                    | 0.990                      |

注:\*\*\*、\*\*、\* 分别表示在 1%、5%、10% 水平上显著;括号内数值为 t 值。

回归结果显示,对于核心解释变量文化制造业、文化批发零售业和文化服务业,无论是否控制省份和年份,无论是单独的核心解释变量还是在引入各个控制变量后,它们的系数始终显著,其中文化批发零售业和文化服务业系数为正,说明这两个方面对居民消费具有积极的促进作用,文化制造业系数为负,即它对居民消费具有抑制作用。在控制变量中,地区发展水平和政府支持度系数为正且均在 1% 的水平下显著,说明地区经济发展水平越高,政府支持力度越大,越有利于居民消费的提高。

3.2 稳健性检验

考虑到文化产业发展与居民消费之间的内生性问题,以及文化产业的发展与影响可能存在一定的时滞效应,因此将核心解释变量文化制造业、文化批发零售业和文化服务业分别滞后 1 期进行回归分析,具体结果见表 4。

回归结果显示,将基准模型核心变量均滞后一期,文化制造业、文化批发零售业和文化服务业的系数均显著,即在控制内生性问题后,依然可以认为文化批发零售业和文化服务业对居民消费具有积极的促进作用。

表 4 稳健性检验结果

| 变量                  | (1)                       | (2)                       | (3)                       |
|---------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
|                     | XFSP                      | XFSP                      | XFSP                      |
| L. WHZZ             | -0.022 6***<br>(-3.021 8) |                           |                           |
| L. PF&-LS           |                           | 0.013 3**<br>(1.454 8)    |                           |
| L. WHFW             |                           |                           | 0.000 5**<br>(0.059 3)    |
| ln GDP              | -0.047 2<br>(-1.124 5)    | -0.031 1<br>(-0.725 9)    | -0.070 6 *<br>(-1.711 0)  |
| ln OPE              | -0.462 4***<br>(-5.589 6) | -0.403 7***<br>(-4.675 7) | -0.466 0***<br>(-5.622 8) |
| ln GOV              | -0.031 2<br>(-1.559 5)    | -0.058 0***<br>(-2.768 4) | -0.038 1 *<br>(-1.873 7)  |
| 常数项                 | 12.302 7***<br>(18.720 2) | 11.939 8***<br>(17.607 8) | 12.288 5***<br>(18.942 8) |
| 样本数                 | 220                       | 235                       | 217                       |
| adj. R <sup>2</sup> | 0.594                     | 0.500                     | 0.561                     |

注:\*\*\*、\*\*、\* 分别表示在 1%、5%、10% 水平上显著;括号内数值为 t 值。

3.3 异质性检验

由于中国不同地区间的发展状况差异,所以无论是文化产业还是消费水平,在区域分布上都存在着明显的异质特点,本文将全国划分为东部、中部、西部和东北 4 个样本进行区域异质性检验回归分析,回归结果见表 5。

表 5 区域异质性检验结果

| 变量                  | 东部                      | 中部                      | 西部                      | 东北                     |
|---------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|
|                     | XFSP                    | XFSP                    | XFSP                    | XFSP                   |
| ln WHZZ             | -0.154***<br>(0.050 7)  | -0.119***<br>(0.032 1)  | -0.046 9**<br>(0.022 2) | 0.039 1<br>(0.030 5)   |
| ln PF&-LS           | -0.005 50<br>(0.047 9)  | 0.008 56<br>(0.035 2)   | -0.041 4<br>(0.029 2)   | 0.000 459<br>(0.035 8) |
| ln WHFW             | 0.044 7***<br>(0.031 3) | 0.073 6***<br>(0.021 2) | 0.072 1**<br>(0.027 8)  | 0.019 8<br>(0.043 5)   |
| ln GDP              | 0.248***<br>(0.075 1)   | 0.593***<br>(0.065 4)   | 0.206***<br>(0.062 1)   | 0.589***<br>(0.140)    |
| ln OPE              | 0.676***<br>(0.187)     | 1.572***<br>(0.268)     | -0.317**<br>(0.131)     | 0.104<br>(0.229)       |
| ln GOV              | 0.022 1<br>(0.066 0)    | -0.140**<br>(0.057 6)   | -0.041 9<br>(0.031 9)   | -0.168**<br>(0.063 9)  |
| 常数项                 | 7.103***<br>(1.134)     | 0.137<br>(1.481)        | 10.75***<br>(1.055)     | 3.831 *<br>(1.850)     |
| 样本数                 | 62                      | 52                      | 74                      | 20                     |
| R <sup>2</sup>      | 0.603                   | 0.671                   | 0.528                   | 0.881                  |
| adj. R <sup>2</sup> | 0.559                   | 0.627                   | 0.486                   | 0.826                  |

注:\*\*\*、\*\*、\* 分别表示在 1%、5%、10% 水平上显著;括号内数值为 t 值。

回归结果显示,在东部、中部和西部地区,文化服务业对居民消费具有显著的促进作用,文化制造业对居民消费具有显著的抑制作用,但该作用在东

北地区的研究样本中不显著,说明文化产业发展对居民消费的影响作用在区域之间确实存在异质性。除此之外,地区经济发展水平对各个地区消费水平均有显著的正向影响,对外开放水平仅对东部和中部的居民消费有显著的正向影响。东中部地区经济发展状况较好,发展速度也较快,因此文化产业对于消费的影响更为明显。

## 4 结论与建议

### 4.1 研究结论

建设文化强国,赋能文化产业高质量发展,满足全国居民多元化精神文化需求是当前政府工作的重要内容之一。本文选取全国31个省(区、市)2013—2020年文化产业和居民消费的样本数据,就文化产业不同细分产业类别对居民消费的影响效应进行了实证研究,得到如下结论:①文化产业中文化批发零售业和文化服务业对全国居民消费具有显著的促进作用;②东中西部地区的文化服务业对居民消费具有显著的促进作用,文化制造业却对东中西部地区的居民消费具有显著的抑制作用,因此文化产业发展对居民消费的影响作用确实存在区域异质性;③经济发展对全国文化产业发展和居民消费提高都有积极的促进作用,而对外开放度的高低仅对东中部地区发展有显著促进影响。

### 4.2 对策建议

针对研究结论,本文认为要早日实现共同富裕远景目标可以从以下几个方面来刺激文化产业发展和促进居民消费:

1)完善区域文化产业发展机制,保障持续发展。国家可以依据不同区域文化产业发展现状执行不同的财政机制,例如中西部可以持续增加财政资金的投入力度,鼓励民间资本向文化产业流入,充分发挥政府财政的调控作用,实现文化资源的最优配置,合理延展文化产业链,带动文化企业的转型发展与升

级;东部地区可以适当减少投入,结合当地税收和价格补贴政策来让民间资本和市场机制成为文化产业发展的助推力。同时,政府要加快完善区域文化产业基础设施建设,如营造便捷舒适的生活和人文环境、完善医疗教育休闲条件等,以此来促进全国文化产业发展,从而拉动全国居民消费升级。

2)平衡好地区差异,促进区域间良性发展。不同地区之间适当的地区差异可以促进地区间良好竞争,但若是地区间差异过大,则会导致地区发展失衡,不利于全国经济发展和居民生活水平提高,因此政府应更加重视经济薄弱地区,加大资金投入和政府政策支持力度,当地政府也应当依据该地区的功能定位、区位优势与资源优势,形成特色化的文化产业结构,以此促进各地区之间良性有序竞争和发展,争取早日实现共同富裕。

## 参考文献

- [1] 王钰倩,窦沛琳.共同富裕背景下文化产业发展对居民消费影响效应实证研究[J].商业经济研究,2022(7):53-57.
- [2] 花建.发挥文化产业对新消费的促进作用:背景、重点、路径分析[J].同济大学学报(社会科学版),2017,28(5):28-36.
- [3] 陶丽.探析文化产业对经济发展的促进作用:评经济科学出版社《文化经济学》[J].价格理论与实践,2020(5):177.
- [4] 毛中根,孙豪.中国居民文化消费增长阶段性分析:兼论文化消费“国际经验”的不适用[J].财经科学,2016(1):111-120.
- [5] 于进.扩大和升级城乡居民文化消费的路径研究[J].宏观经济管理,2019(6):72-76.
- [6] 夏雨.我国文化产业消费经济效益及改善策略[J].商业经济研究,2020(7):178-181.
- [7] 顾江.党的十八大以来我国文化产业发展的成就、经验与展望[J].管理世界,2022,38(7):49-60.
- [8] 吴耿安,刘巍,郑向敏.旅游、文化产业与经济发展水平的空间错位分析[J].地域研究与开发,2018,37(3):80-84.
- [9] 安乾.文化消费对我国经济增长影响的实证研究[J].商业经济研究,2019(11):54-57.
- [10] 周建新,谭富强.基于空间计量的文化产业集聚对区域创新效率的影响效应研究[J].文化产业研究,2020(1):102-116.

## The Influence of the Development of China's Cultural Industry on Residents' Consumption

ZHAO Wanni<sup>1</sup>, HAO Dongming<sup>2</sup>

(1. School of Statistics, Xi'an University of Finance and Economics, Xi'an 710100, China;

2. School of Marxism, Xi'an University of Finance and Economics, Xi'an 710100, China)

**Abstract:** In order to explore the relationship between cultural industry development and residents' consumption, based on the current situation of China's cultural industry, the sample data of cultural industry and household consumption were selected, and the Stata software benchmark regression model was used to empirically study the influence effect of different sub-industry categories of cultural industry on residents' consumption. It is found that cultural wholesale and retail industry and cultural service industry play a significant role in promoting residents' consumption. The cultural service industry has a positive role in promoting the consumption of residents across the country, and there is indeed regional heterogeneity in the influence of the development of cultural industry on residents' consumption.

**Keywords:** cultural industry development; household consumption; benchmark regression model