

文化消费政策如何影响农村居民家庭消费?

——基于文化消费试点政策的准自然实验

孙大永¹,王素素^{2*},梁枫³

(1.山东大学 历史学院,山东 济南 250100;
2.山东大学 经济研究院,山东 济南 250100;
3.上海交通大学 安泰经济与管理学院,上海 200030)



摘要 提高居民文化消费水平以满足人民群众日益增长的精神文化需要,对推动经济高质量发展和中国式现代化具有重要意义。基于中国家庭追踪调查数据,以文化消费试点政策为“准自然实验”,采用双重差分方法,考察该政策对农村居民消费的影响。研究发现试点政策显著提高了农村居民的文化消费支出,其中以旅游消费为主。在平行趋势检验、安慰剂检验等多重稳健性检验下,结论保持一致。此外,东部地区基于O2O平台的试点政策对居民文旅类消费的提升效应最为明显,税费优惠政策也有显著的效果,而旨在激励居民自主消费的政策并未产生显著的效果。由此建议因地制宜推动文化消费改革,挖掘农村居民消费潜力,促进消费结构调整。

关键词 文化消费;旅游消费;文化消费试点政策;居民家庭消费

中图分类号:F328 **文献标识码**:A **文章编号**:1008-3456(2025)03-0128-11

DOI编码:10.13300/j.cnki.hnwkxb.2025.03.011

推动文化事业、文化产业和旅游业融合发展,是党中央立足党和国家事业全局、把握文化和旅游发展规律作出的重要战略决策。2024年3月,习近平总书记在湖南考察时强调,要“推进文化和旅游深度融合”。提高居民的文化消费水平不仅可以助推经济高质量发展,也是满足人民群众日益增长、不断升级和个性化精神文化需求的必然要求。习近平总书记在会议中多次强调:要积极扩大国内需求,发挥消费拉动经济增长的基础性作用,要多渠道增加城乡居民收入,改善消费环境,促进文化旅游等服务消费。

文化消费^[1]和文化资本^[2]的发展在促进经济高质量发展中的作用愈发重要。随着居民收入水平不断提高,文化消费成为居民消费的新热点^[3],我国文化消费占居民消费支出的比重在不断上升^[4]。近些年全国文化旅游产业得到了较快的发展,在GDP中所占份额逐年上升,凸显出文化旅游产业对经济发展的重要作用。从旅游消费的年度增加额来看,2015年之前基本维持在3500到4000亿元,2016年旅游消费的增加额超过5000亿元,并在之后年份保持较高水平的增长。为什么居民旅游消费在2016年会出现跃升?旅游消费增长的同时,城乡居民的旅游消费仍存在较大差异^①。文化和旅游消费作为较高层次的精神需求,农村居民是否会对相应的试点政策做出反应?本文利用文化和旅游部(原文化部)进行的文化消费试点政策,基于中国家庭追踪调查多年的面板追踪数据,利用试点政策在各地实施中的时间差异构造双重差分模型对上述问题进行回答。上述问题的研究,对于推动文

收稿日期:2024-10-01

基金项目:国家自然科学基金面上项目“中国基础教育资源的空间错配及其优化研究”(72374126);山东省泰山学者青年基金(tsqn202306088);山东省自然科学基金青年项目“家政服务业发展与女性福利”(ZR2024QG183)。

*为通讯作者。

① 根据《中国国内旅游发展年度报告2024》显示,2024年我国城镇居民人均每次旅游消费1128.15元,而农村居民人均每次旅游消费仅为666.67元。

旅产业发展、挖掘居民消费潜力具有重要的参考价值。

本研究的贡献主要体现在以下三点:其一,已有文献在研究农村居民消费时,主要关注收入、财务、社会保障等因素的作用,且较少关注文化消费。而本文首次聚焦文化消费试点政策对农村居民家庭消费的影响,具有重要的现实意义。其二,目前关于文化消费试点政策的效果评估中大多关注城市产业结构和当地旅游经济的发展,也有少数文献估计了该政策对城镇居民文化消费的影响。根据经典的消费理论,农村居民相比于城镇居民具有更高的边际消费倾向,消费潜力更大。提升农村消费水平是扩大内需、拉动消费的重要途径。本文关注文化消费试点政策对农村家庭消费的影响,有助于全面认识和评估政策效果。其三,既有研究未考虑各地具体试点政策的异质性,本文系统梳理发现文化消费试点政策在东部、中部和西部地区分别采用了不同类型的试点方式和内容,并基于此考察不同内容试点的差异性影响,这是对已有政策评估类研究的有益补充。

一、文献综述

与本研究相关的文献主要有三支。第一,有关农村居民消费影响因素的研究。收入和财产是影响农村消费的两个重要因素^[5],转移支付^[6]、数字能力^[7]和外出务工^[8]等因素会通过影响农民收入进而影响其消费。社保亦是影响农村居民消费的重要因素。随着社会保障体系的建立健全,新型农村社会养老保险^[9]和新型农村合作医疗保险^[10]的普及,因减少了农村居民未来的不确定性、降低了家庭养老、医疗等预防性储蓄^[11],从而提振了消费^[12]。宏观层面,人口结构变化^[13-14]、信贷约束^[15]和数字经济^[16-17]等因素也是研究中常关注的影响农村居民消费的因素。

第二,关于文化消费方面的研究。随着文化消费在居民日常支出中的占比不断上升,关于文化消费的研究越来越多。比如,有学者利用地震冲击考察居民文化消费的变化,发现自然灾害对城镇居民的文化消费水平存在长期的负面影响^[18]。户籍制度的约束对居民的文化消费有着明显的负面冲击^[19]。上述研究尽管关注家庭的文化消费,但所用数据或是截面数据^[19],或是家庭文化消费的频率而非金额^[20],相比之下本文使用家庭追踪调查的面板数据,并以更为准确的消费金额反映家庭的文化消费。随着文化与旅游产业的融合不断加深,制度改革在促进文化旅游消费方面发挥了积极的作用。2003年开始的文化体制改革的制度松绑^[20]以及“景区评选”和考核评估^[21]、“中国红色旅游景点景区”^[22]等改革都显著促进了我国旅游行业的发展。作为推动旅游发展的重要力量,文化产业集聚对地区旅游经济增长也有着显著的正面影响^[23]。随着“以文促旅、以旅彰文”融合发展格局的形成,文明城市的入选对于旅游经济发展有显著的促进效应^[24]。此外,交通基础设施对区域旅游经济高质量发展也有显著的促进效应^[25],其中高铁带来的外部交通通达性有着重要的作用^[26]。但是,上述研究大多采用宏观加总数据进行考察,少数从家庭视角开展的研究也是关注高铁等交通基础设施的影响^[27],而本文从文化消费试点政策切入有着更强的政策含义。

第三,关于文化消费试点政策相关的研究。车树林等基于26个国家文化消费试点城市,研究收入和城市化对城镇居民文化消费的影响^[3]。张苏缘等关注文化消费试点政策对城市产业结构的影响,发现试点政策促进了城市的产业结构高级化与合理化^[28]。侯新烁等的研究发现文化消费试点政策推动了当地旅游经济的显著发展,其中国内游客起着更为重要的作用^[29]。提升农村消费水平是扩大内需的重要途径,既有研究中缺乏从农村视角进行的政策评估。

综合来看,上述文献或从宏观的经济发展、产业结构或旅游业发展等视角考察文化消费试点政策的作用,缺乏微观层面的实证研究;或仅考虑文化娱乐消费或旅游消费的变化,缺乏从文旅融合的视角下对家庭文化旅游消费的综合考察。本文使用CFPS2012—2020年数据,借助文化消费试点政策在各地实施中的时间差异构造双重差分模型,研究了该试点对农村家庭消费的影响。本文从文旅融合的角度系统考察文化消费试点政策对家庭文化娱乐和旅游消费的影响,将二者纳入统一的框架下进行考察。同时,系统梳理发现文化消费试点政策在东部、中部和西部地区分别采用了不同类型的试点方式和内容,基于此考察不同试点政策的差异性影响,并尝试解释试点效果差异化的原因。

二、政策背景和理论假说

1. 政策背景

关于文化消费的内涵,不同的学者基于不同的研究视角给出了不同的表述,因此文化消费的概念定义也有所差异^[30]。通常所说的文化消费是指用文化产品或服务来满足人们精神需求的一种消费,主要包括教育、文化娱乐、体育健身、旅游观光等方面。2009年,原文化部和原国家旅游局联合发布《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》指出:“文化是旅游的灵魂,旅游是文化的重要载体。”而文化和旅游结合之处还体现在,文化体制的相关改革对地区的旅游发展也有显著的促进效应^[21]。鉴于文化和旅游共生性和互补性,本文所讲的文化消费采用了相对宽泛的定义,既包括居民的文化娱乐消费,也包括居民的旅游消费等。

随着我国全面建成小康社会,城乡居民收入水平持续增长,文化消费能力不断增强。根据《文化部财政部关于开展引导城乡居民扩大文化消费试点工作的通知》(文产发[2016]6号)要求,原文化部在2016年和2017年公布了首批两个波次的国家文化消费试点城市名单,分别有26个城市和19个城市入选^①。整体来看,试点城市在全国范围内的分布相对均衡,具有较强的代表性,既包括一线省会城市,也覆盖到部分三四线城市。原文化部要求试点城市因地制宜积极开展试点工作,并且中央财政通过中央补助地方公共文化服务体系建设专项资金予以支持。

2. 理论假说

19世纪时恩格尔指出,随着居民收入水平的提高,食品消费等生活必需品的支出比重将会不断降低,文化消费等享受型支出的比重会不断增加。在物质生活越来越充裕的当下,以促进居民文化消费为目的的试点政策将从以下方面促进居民的文化消费水平,从而满足人民群众对美好生活的向往。

第一,文化消费试点有助于增加文化类产品的有效供给。中央政府鼓励各城市因地制宜,积极扩大文化产品和服务的有效供给。为响应文化消费试点政策,各地政府通过财政补贴、税收减免、融资支持等方式对文化类相关企业给予支持。例如,东部地区通过搭建O2O大数据平台的方式,实现文化消费数据的信息化、集成化。政府通过大数据平台的建设提供公共品,一方面有助于政府准确、及时地统计文化消费客观数据,也便于评价管理企业的文化产品服务质量,改善居民的文化消费体验;另一方面,通过对文化消费大数据的实时分析,可以减少企业自身的信息收集成本,引导文化企业按需、有效生产。

第二,文化消费试点有助于降低文化类产品的边际价格,促进居民的文化消费。例如,西部地区以文化消费税(费)补贴政策为主,由此既降低了文化类产品的边际价格,又不会造成相关生产企业的收入损失。文化消费属于较高层次消费,用于满足人们在生活相对富足之后的高阶段需求,因此文化类产品有着较高的需求价格弹性^[30]。加之,直接或间接的补贴措施弥补了文化消费具有较高收入门槛的特征^[3]。文化消费试点政策可能会使更多的居民参与到当地的文化活动中,由此带来居民文化消费水平的增加,反过来可以进一步刺激相关企业文化类产品的生产和供给。

第三,文化消费试点有助于培育文化消费环境,促进居民的文化消费。政府积极宣传推广、组织相关节庆和会展等活动,一方面增强居民文化消费的便利性,另一方面改善文化消费环境。随着居民文化消费的增加,人们的文化消费意识也得以增强,从而引领文化消费趋势,发挥文化消费带动效应的目的。试点建设可以扩宽文化消费群体,培养居民的文化消费意识^[28]。具体来看,公共文化活

① 事实上,原文化部在2015年已经开始在北京市、合肥市、武汉市和遵义市部署了文化消费试点工作,前后总计有45个城市进入文化消费城市试点名单。试点城市名单如下:北京市、天津市、石家庄市、鄂尔多斯市、沈阳市、长春市、哈尔滨市、上海市、南京市、宁波市、合肥市、南昌市、青岛市、洛阳市、武汉市、长沙市、广州市、深圳市、重庆市、成都市、泸州市、遵义市、丽江市、兰州市、黄南藏族自治州、银川市、廊坊市、太原市、盘锦市、吉林市、牡丹江市、苏州市、杭州市、芜湖市、新余市、济南市、淄博市、郑州市、宜昌市、株洲市、惠州市、昆明市、张掖市、乌鲁木齐市、石河子市。

惯,触发棘轮效应,形成消费黏性^[31]。中部试点的居民文化消费激励政策,旨在提升居民参与公共文化服务积极性的同时,刺激居民自主文化消费,最终达到培育居民文化消费习惯的目的。据此,提出研究假说。

假说:文化消费试点政策有助于促进农村居民的文化消费。

三、模型设定与数据来源

1. 模型设定

本文将中国家庭追踪调查的微观数据与文化消费试点名单相匹配,构造双重差分模型。处理组是进入试点范围的45个城市^①,控制组是未进入试点名单的其他城市。根据政策背景,文化消费试点政策在不同的城市是逐步推进的,参照梁超等^[32]的做法,构造的双重差分模型如下:

$$Y_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 Policy_{jt} + X \times \delta + \theta_j + \sigma_t + \varepsilon_{ijt} \quad (1)$$

式(1)中*i*表示家庭,*j*表示所在城市,*t*表示调查年份;*Policy_{jt}* = 1表示在*t*年份城市*j*实施了文化消费试点政策,若未实施该政策*Policy_{jt}* = 0;*X*表示家庭层面的控制变量。本文关注文化消费试点政策对居民的文化消费的影响,被解释变量包括居民的家庭文化消费的水平值和对数值、家庭人均文化消费的水平值和对数值,以及文化消费占家庭总支出的比例。回归中控制家庭户主的年龄及其平方项,以控制可能存在的年龄的非线性效应影响。由于男女对文化娱乐和旅游消费的需求可能存在差异,这里也控制户主的性别。个体的受教育程度以及家庭的收入都可能影响其文化消费,这里分别加入户主的受教育年限、家庭的年收入水平以及家庭的现金和存款额的对数,以控制家庭收入和资产因素带来的影响。最后控制城市固定效应和年份固定效应后,系数 β_1 代表的就是文化消费试点政策的影响。 θ_j 和 σ_t 分别表示城市固定效应和年份固定效应。城市固定效应可以吸收地理等不易随时间因素变化的影响,而年份固定效应消除了全国层面经济发展、统一政策等因素的影响。本文关键解释变量*Policy_{jt}*的变化来自于城市一年份层面,考虑到同一城市内部不同家庭之间的相关性,实证分析中将标准误聚类到城市层面。

2. 数据来源

本文所用数据来自中国家庭追踪调查2012、2014、2016、2018和2020年数据,之所以未使用2010年调查数据,是因为2010年调查中关于家庭文化娱乐和旅游支出的问题与后面年份调查不一致。考虑到新冠疫情防控的影响,数据分析亦未使用2022年数据。CFPS是北京大学中国社会科学调查中心组织的覆盖全国25个省市,160多个县级单位,640多个村级单位的家户调查,具有良好的全国代表性。历次CFPS调查都问到“过去12个月,包括购买书报杂志,看电影看戏等,您家用于文化娱乐的支出是多少?”和“过去12个月,包括旅游的交通费、食宿费、景点门票等,您家的旅游支出是多少?”,本文根据文化消费的宽泛定义将前者称之为文化娱乐消费,将后者称之为旅游消费,二者加总作为文化消费的测度。在此基础上,本文还构造出相应的人均消费水平、各类消费占比等变量。

本文关注农村居民家庭的文化消费行为。家庭层面的变量描述如表1。可以发现,样本期内家庭平均的文化消费支出达到1305元,其中旅游消费支出平均达到1100元,文化娱乐消费则较少,家庭平均支出仅为206元。家庭整体消费中,文化消费支出占比仅为2.31%,反映出我国居民的文化消费仍处于较低水平。从广延边际来看,仅有35%的样本家庭有文化消费支出,其中有文化娱乐类消费的家庭比例仅为27.7%,21.2%的家庭有旅游消费支出。这不仅反映出我国农村居民在文化消费上的不足,也体现出居民之间存在文化消费不平等现象。

四、实证分析

前文的政策背景和理论分析显示,文化消费试点可以带来文化旅游类产品的有效供给,降低其

① 其中有23个城市出现在CFPS的调查中。

表1 家庭层面关键变量的描述性统计

变量	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
是否有文化消费	52035	0.350	0.477	0	1
家庭文化消费	52035	1304.759	5262.942	0	200500
人均文化消费	52035	478.531	2023.364	0	76000
文化消费支出占比	48851	2.310	6.823	0	80
是否有文化娱乐消费	51893	0.277	0.448	0	1
家庭文化娱乐消费	51893	206.372	782.444	0	60000
文化娱乐消费占比	48903	0.548	2.199	0	75
是否有旅游消费	51970	0.212	0.408	0	1
家庭旅游消费	51970	1100.325	4996.426	0	200000
旅游消费占比	48854	1.813	6.248	0	80
消费总支出	49575	41842.930	69971.310	0	4500000
家庭纯收入(CPI调整)	49655	52630.540	83693.650	0	1.04e+07
现金及存款总额	50011	39945.560	137000.000	0	7000000

边际价格并提高供求匹配效率,从而促进居民家庭的文化消费。本部分运用CFPS的家庭面板数据考察文化消费试点政策对居民家庭文化消费的影响。根据式(1)使用Stata17软件展开具体考察。

1. 文化消费试点政策对居民家庭文化消费的影响

首先关注文化消费试点政策对家庭文化消费的影响。结果见表2,列(1)显示文化消费试点政策使得家庭的文化消费平均上涨了1420元,增加30.2%;考虑到家庭规模可能的影响,列(3)和(4)进一步考察家庭人均文化消费的变化,发现文化消费试点政策使得家庭人均文化消费增加超过506元,上涨幅度达到31.4%,均在1%水平上显著。

家庭文化消费水平的提高,对其他消费会有什么影响?居民在增加文化消费的同时是否减少了其他消费?表3显示,家庭中文化消费占比在文化消费试点政策后也出现显著的上涨,其增加幅度超过1.3个百分点;而这一变化幅度恰好与其他消费占比的下降相当。进一步分析发现,其他消费占比的下降仅来自于文化消费占比的上升,而不来自于其他消费金额的减少^①。至此,前文提出的假说得到验证。从整体上看文化消费试点政策对居民的文化消费有显著的促进效应,且可以拉动消费总量的增长。

进一步关注文化消费试点政策到底促进了居民的哪些文化消费行为。CFPS调查问卷中相关的文化消费可分为两类:旅游消费和文化娱乐消费。由表4列(2)可知,文化消费试点政策主要推动了居民家庭旅游消费支出的显著上涨,从经济显著性看,该政策带来居民家庭的旅游消费上涨高达45.9%,而文化消费试点政策并未带来居民家庭的文化娱乐消费的显著增加。

① 回归发现,文化消费试点政策并没有带来家庭收入与储蓄水平的显著提高,回归结果省略。

表2 试点政策对居民家庭文化消费的影响N=38352

	(1)	(2)	(3)	(4)
变量	家庭文化消费	ln家庭文化消费	家庭人均文化消费	ln家庭人均文化消费
文化消费试点	1420.103** (576.422)	0.302*** (0.110)	506.112*** (176.321)	0.314*** (0.102)
调整R ²	0.138	0.295	0.125	0.304
控制变量	YES	YES	YES	YES
城市固定效应	YES	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES	YES

注:括号中是聚类到城市层面的稳健标准误,***、**、*分别表示在1%、5%和10%的水平上显著。下表同。

表3 试点政策对其他消费的挤出效应

	(1)	(2)	(3)	(4)
变量	文化消费占比	其他消费占比	ln其他消费	ln总消费
文化消费试点	1.323*** (0.449)	-1.323*** (0.449)	0.044 (0.038)	0.046** (0.023)
观测值	36700	36700	36788	36885
调整R ²	0.113	0.113	0.233	0.250
控制变量	YES	YES	YES	YES
城市固定效应	YES	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES	YES

2. 稳健性检验

(1)平行趋势检验。保证双重差分模型可靠的一个重要前提就是——处理组与对照组的平行趋势。参考Dobkin等^[33]和Chen等^[34]的事件分析法,构造式(2)考察政策的动态效应,尤其关注文化消费试点政策实施前处理组与对照组之间是否存在显著的差异。模型设定如下:

$$Y_{ijt} = \beta_0 + \sum_{k=-5}^{k=-2} \gamma_k Policy_{jt,k} + \sum_{k=0}^{k=4} \gamma_k Policy_{jt,k} + X \times \delta + \theta_j + \sigma_t + \varepsilon_{ijt} \quad (2)$$

上式中 $Policy_{jt,k}$ 是指示函数,表示城市 j 改革前(后) k 期 $Policy_{jt,k}=1$ 。这里将政策前1期作为基准组,考察文化消费试点政策的动态效应,结果如图1所示。可以发现,在试点政策实施前,处理组与对照组之间的家庭文化消费并没有显著的差异。从动态效应看,试点政策开始后处理组的家庭文化消费有所上涨,并在政策实施一年之后达到一个相对稳定的水平。

(2)安慰剂检验。为排除其他不可观测的潜在遗漏变量的干扰,参考Li等^[35]和Chetty等^[36]的做法,构造安慰剂检验。CFPS数据126个城市样本中有23个城市先后进入处理组,其中2015年4个、2016年12个,2017年7个。这里依据如下步骤构造安慰剂检验:第一步,随机选择一个年份作为试点年份,在126个城市中随机选择4个城市作为该年份开始试点的城市;第二步,将第一步筛选出的试点年份和试点城市剔除,在剩下年份中选择一个试点年份,然后选择12个城市作为该年份开始试点的城市;第三步,剔除前两步选中的城市和年份后,在剩下的年份中选择一个年份,然后选择7个城市作为试点;第四步,将虚拟构造的试点城市一试点年份数据与CFPS微观数据相匹配,根据调查年份和虚拟试点城市、虚拟试点年份构造出虚拟的双重差分处理变量信息,进行回归,得到虚拟的文化消费试点政策的系数。将上述过程重复1000次,得到虚拟政策系数的分布如图2所示。图2显示虚拟试点政策对家庭文化消费影响的估计系数均值为-0.0045,标准差为0.129,前文估计的真实政策效应系数为0.302,与虚拟政策系数有着显著的差异。上述考察说明本文估计的文化消费试点政策对家庭文化消费的正向效应不是随机的,且未受到其他不可观测因素的干扰。

(3)其他干扰因素的影响。根据前文政策背景部分的介绍,2015年开始的文化消费试点主要在一二线等大城市铺开,当然也包括遵义市、黄南藏族自治州等三四线城市。但仍然存在试点的选择是非随机的可能性。首先选取人均GDP、GDP增速、第三产业占比、是否省会城市等潜在可能影响城市进入试点名单的因素,其次其他未观测变量如地方政府财政能力、文旅产业基础等因素也会影响政策效果的评估。参考Li等^[35]的做法,在基准回归基础上控制城市层面因素的期初值与年份虚拟变量的交互项,由此确保后文基于城市文化消费试点识别的可靠性。参考梁超等^[37]的做法,基于人均GDP、GDP增速、第三产业占比、是否省会城市等初始特征筛选出与处理组更为类似的城市样本进行DID回归。具体做法是,首先进行倾向得分匹配。基于CFPS的城市样本采用带宽为0.1的核密度匹

表4 试点政策对居民家庭文娱消费和旅游消费的影响

	(1)	(2)	(3)
变量	ln家庭文化消费	ln家庭旅游消费	ln家庭文化娱乐消费
文化消费试点	0.302*** (0.110)	0.459*** (0.134)	0.174 (0.121)
观测值	38352	38315	38260
调整R ²	0.295	0.229	0.240
控制变量	YES	YES	YES
城市固定效应	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES

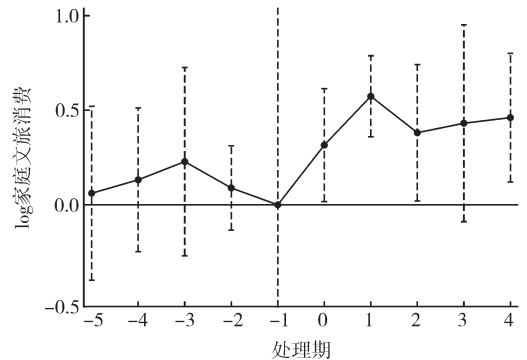


图1 双重差分模型的动态效应考察

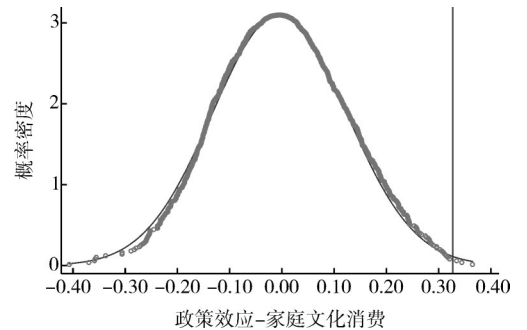


图2 安慰剂检验

配,由此得到16个处理组城市和69个对照组城市,处理组与对照组倾向得分匹配后的分布更加类似。然后基于匹配得到的更加类似的城市样本与微观调查数据再进行双重差分估计。不同地区在文化消费上可能存在不同的趋势。为应对地区差异的趋势效应,回归分析中加入东部、中部、西部地区的虚拟变量与调查年份的交互项来控制不同地区的差异。结果如表5所示,文化消费试点政策对家庭文化消费和家庭旅游消费的提升效应依然稳健。

3. 排除同期其他政策

2016年前后由于我国同时推出了多项扩大内需的政策,如果不排除这些试点政策的影响,本文现有的识别结果极有可能存在噪音。此处着重考虑了全域旅游示范区创建、高铁网络扩展等因素的影响。2015年8月中国国家旅游局(现为文化和旅游部)启动了“国家全域旅游示范区”的创建工作,并于2016年2月和11月先后公布了两批国家全域旅游示范区创建名录,共计500个。创建国家全域旅游示范区有助于促进当地旅游经济的发展^[38],可能对本文的政策识别产生干扰。在回归中控制该政策进行稳健性检验。回归结果如表6第(1)列和第(4)列所示,控制国家全域旅游示范区创建的影响,文化消费试点政策依然能显著提高家庭的文化消费支出和旅游消费支出。

表6 稳健性检验2

变量	ln家庭文化消费			ln家庭旅游消费		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
文化消费试点	0.264** (0.106)	0.234** (0.097)	0.260** (0.101)	0.376*** (0.125)	0.382*** (0.125)	0.378*** (0.126)
国家全域旅游示范区	-0.113 (0.115)		-0.120 (0.114)	0.013 (0.105)		0.017 (0.106)
高铁开通年份		-0.084 (0.089)	-0.089 (0.089)		0.049 (0.089)	0.049 (0.089)
观测值	35261	35261	35261	35228	35228	35228
调整R ²	0.304	0.304	0.304	0.235	0.235	0.235
城市固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES

交通基础设施可以带动区域旅游经济的发展^[25],其中高铁开通通过改善出行条件等渠道提高了家庭的旅游概率和旅游消费金额^[27]。考虑到高铁开通对旅游经济发展的重要影响,此处控制各地市高铁开通因素考察文化消费政策的效果。回归结果如表6第(2)和(5)列所示,即使考虑到高铁网络扩张所带来的影响,文化消费试点政策依然显著增加了家庭的文化消费与旅游消费支出。综合考虑两种因素,同时控制国家全域旅游示范区创建与高铁开通,基准回归结果依然稳健。

五、进一步分析

1. 异质性分析

(1)地区异质性。事实上,试点城市因地施策开展试点工作,各地试点政策的内容各不相同:东部地区基于O2O大数据平台实现文化消费数据的信息化、集成化;中部地区的试点方式多依赖民众自发的文化消费积极性;西部地区采用税费优惠等手段降低文化产品的边际价格。进一步考察东中西部地区不同类型的文化消费试点政策是否存在差异。表7前3列发现只有在东部和西部地区的文化消费试点政策对居民家庭的文化消费有着显著的正向影响。具体来看,东部地区基于O2O等大数

据平台以信息化、集成化的方式促进企业的文化类产品的有效供给,并提高其供求双方的匹配效率,该试点带来居民家庭的文化总消费上涨39.1%。这可能是因为东部地区有着更好的互联网基础,有助于提高旅游行业的效率^[39-40]。与此相对的是,西部地区以财政补贴、税费优惠政策为主的试点方式可以有效降低文化类产品的边际价格,进而带来居民家庭的文化总消费上涨24.2%。相比之下,中部地区的试点政策更多是依赖居民自主的文化消费意识,这对居民家庭的文化消费没有显著的影响,从系数大小来看也缺乏经济意义上的显著性。列(4)~(6)进一步考察不同地区差异化的试点政策对家庭旅游消费的影响。结果显示:东部地区的试点政策对家庭旅游消费有显著的正向影响,旅游支出增加53.6%。而中部、西部地区的文化消费试点政策并未带来家庭旅游消费的显著增加。

表7 文化消费试点政策的地区异质性分析

变量	ln 家庭文化消费			ln 家庭旅游消费		
	(1)东部	(2)中部	(3)西部	(4)东部	(5)中部	(6)西部
文化消费试点	0.391** (0.178)	0.053 (0.166)	0.242** (0.101)	0.536*** (0.182)	0.270 (0.183)	0.255 (0.190)
样本量	20230	14250	12888	20195	14233	12875
调整R ²	0.214	0.158	0.065	0.170	0.113	0.046
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES
城市固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES

(2)家庭收入的异质性。收入是影响农村消费的重要因素^[8]。本部分考察文化消费试点政策对不同收入群体影响的差异。以家庭收入的中位数为标准,将样本分为高收入家庭和低收入家庭两组,分别考察文化消费试点政策对家庭文化消费和家庭旅游消费的影响。统计分析显示高收入家庭的年人均家庭收入的均值为27800元,而低收入家庭的年人均家庭收入的均值仅为5943元。结果如表8第(2)和(3)列所示,文化消费试点政策无论是对高收入家庭还是低收入家庭的文化消费金额都无显著影响。该政策的影响主要体现在家庭旅游消费上,且仅对高收入家庭的旅游消费有显著的提升作用,低收入家庭的旅游消费并没有明显增加,体现了文化消费的高收入门槛特征。

表8 文化消费试点政策的家庭收入异质性分析

变量	ln 家庭文化消费			ln 家庭旅游消费		
	(1)全样本	(2)高收入	(3)低收入	(4)全样本	(5)高收入	(6)低收入
文化消费试点	0.302*** (0.110)	0.061 (0.097)	-0.153 (0.093)	0.459*** (0.134)	0.277** (0.130)	-0.015 (0.077)
样本量	38352	18399	19958	38315	18371	19950
调整R ²	0.295	0.295	0.129	0.229	0.237	0.091
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES
城市固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES

2. 机制分析

(1)数字基础设施在文化消费试点中的作用。前文在分析文化消费试点的地区性差异时发现东部地区的试点对家庭文化消费和家庭旅游消费均有显著的提升作用。这可能与东部地区更好的数字基础设施有关。考虑到数字基础设施为信息服务平台的搭建和大数据分析的基础,该部分以各地互联网指数刻画当地数字基础设施,进一步检验其在文化消费试点中的作用。数字基础设施与数字经济的发展具有密切关联,不控制其他数字化政策可能导致文化消费试点政策效果的高估,也即可能存在数字经济的普惠效应导致了文化消费试点政策的有效性,此处尝试控制数字普惠金融指数予以应对。北京大学的数字普惠金融指数是广泛使用的用来测度数字经济发展水平的重要指标,表9中控制各地区的数字普惠金融指数以控制数字经济发展的影响。此外,因为文章讨论的主体是农村

家庭,而电子商务进农村综合示范县政策也可能产生干扰效应,故此处也控制电子商务进农村综合示范县政策。在考虑了数字经济发展水平和电子商务进农村综合示范县政策后,回归结果(表9)显示高水平的数字基础设施能够促进文化消费试点对家庭文化消费和旅游消费的提升作用。

(2)本地旅游资源在文化消费试点中的作用。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。当地旅游资源是进行文旅融合的重要基础,旅游资源越丰富更有可能将更多文化内容、文化故事融入景区景点和旅游线路,促进文化产业创新。本部分考察本地旅游资源对文化消费试点效果的影响。参照谢凯等^[27]的做法,以地级市范围内A级景区的数量刻画本地的旅游资源丰富程度,景区数量按照均值进行高低分组,以识别旅游资源相对充裕和相对匮乏的地区。表10中的结果表明,相对旅游资源匮乏的地区,旅游资源丰富的地区文化消费试点政策更能提升居民的文化消费水平,提升效果达44.5%。而随着交通基础设施的改善,家庭旅游变得愈加便利,无论本地旅游资源禀赋如何,文化消费试点政策都促进了家庭的旅游消费支出,且不存在统计上的差异。

六、研究结论与政策建议

随着经济社会发展和收入水平提高,人们的精神生活追求也在提高,文旅消费需求持续释放。由于文旅消费较高的收入门槛特征,全国层面促进文化消费的政策是否对农村居民同样有效,这一问题值得关注。为此,本文使用中国家庭追踪调查2012—2020年的面板数据,构造双重差分模型,识别了文化消费试点政策对农村家庭文化消费的影响。研究表明:第一,文化消费试点政策提高了农村家庭的文化消费,其中旅游消费显著增加。第二,文化消费试点政策带来居民家庭的总消费显著上涨,同时其他类型的消费支出并未出现下降,这反映出政策带来的居民家庭福利改善和社会总消费增加效应。第三,试点政策的实施离不开当地数字基础设施和旅游资源的支撑作用。由于东中西部地区实施了不同类型的试点政策,本文对差异化的试点政策展开考察。东部地区通过建设O2O大数据平台提高居民文化消费便利度,改善了供求双方匹配效率,显著促进了居民家庭的文化消费。

根据本文的结论,得出如下政策建议:第一,坚持文旅融合。习近平总书记指出:“文化产业和旅游产业密不可分,要坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游融合发展。”党的二十大报告对繁荣发展文化事业和文化产业作出重要部署,提出“推进文化和旅游深度融合”^①。根据实证结果,目前政策实施效果中旅游资源发挥着基础作用。此外,文化本身就是重要的资源,发挥文化在文旅融合中的引领作用,使得文旅融合能够更好地契合人们对优秀文化内容的需要和美好旅游体验的需求是进一步改进的方向。第二,发挥数字平台在文化消费中的基础作用。差异化的政策效果为国家进一

表9 数字基础设施在文化试点中的作用

变量	ln 家庭文化消费		ln 家庭旅游消费	
	(1)	(2)	(3)	(4)
文化消费试点	-0.365** (0.159)	-0.038 (0.129)	-0.431*** (0.136)	-0.022 (0.122)
数字基础设施	0.932*** (0.080)	0.927*** (0.080)	0.879*** (0.072)	0.873*** (0.072)
文化消费试点*数字基础设施	0.533*** (0.167)	0.553*** (0.169)	0.584*** (0.160)	0.613*** (0.163)
观测值	23132	23132	23115	23115
调整R ²	0.252	0.251	0.193	0.192
数字经济发展水平	YES	/	YES	/
电子商务进农村综合示范县政策	/	YES	/	YES
城市固定效应	YES	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES	YES

表10 本地旅游资源在文化试点中的作用

变量	ln 家庭文化消费		ln 家庭旅游消费	
	(1)	(2)	(3)	(4)
	本地A级景区多	本地A级景区少	本地A级景区多	本地A级景区少
文化消费试点	0.445** (0.166)	0.092 (0.170)	0.479** (0.194)	0.410** (0.186)
观测值	19038	28331	19010	28294
调整R ²	0.204	0.129	0.165	0.098
控制变量	YES	YES	YES	YES
城市固定	YES	YES	YES	YES
年份固定	YES	YES	YES	YES

① 参见2020年9月22日习近平在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上的讲话, http://www.qstheory.cn/yaowen/2020-09/22/c_1126527759.htm.

步推动居民文化消费的相关政策提供了参考,在信息化时代政府要充分利用大数据平台为居民的文化消费提供便利,通过提供公共品来改善文化产品的供求匹配效率。在文化消费试点中数字基础设施起到了重要的推进作用,为顺应数字产业化、产业数字化发展趋势,将科技引领贯穿到文旅融合进程中指明了方向。值得注意的是,在将东部地区先进经验向中、西部推广时,也应充分考虑当地的数字经济基础水平。

参 考 文 献

- [1] 鲁婧颖,随洪光,周瑾.文化消费与经济增长质量提升[J].南开经济研究,2021(5):158-175.
- [2] 靳涛,林海燕.文化资本与经济增长:中国经验[J].经济学动态,2018(1):69-85.
- [3] 车树林,顾江.收入和城市化对城镇居民文化消费的影响——来自首批26个国家文化消费试点城市的证据[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2018(1):84-91.
- [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] 方松海,王为农,黄汉权.增加农民收入与扩大农村消费研究[J].管理世界,2011(5):66-80,187-188.
- [6] 周洁红,梁玉虎,金宇.转移性收入促进了农村居民消费结构升级吗?[J].华中农业大学学报(社会科学版),2024(1):73-85.
- [7] 李睿,朱利,罗绍晗,等.数字能力对居民家庭消费的影响研究——基于收入效应的分析[J].农村金融研究,2024(4):69-80.
- [8] 朱月季,杨琦,刘玲.抑制或促进?劳动力外流对农村人情消费的影响研究[J].华中农业大学学报(社会科学版),2022(5):136-147.
- [9] 岳爱,杨鑫,常芳,等.新型农村社会养老保险对家庭日常费用支出的影响[J].管理世界,2013(8):101-108.
- [10] 张川川, GILES J, 赵耀辉.新型农村社会养老保险政策效果评估——收入、贫困、消费、主观福利和劳动供给[J].经济学(季刊),2015(1):203-230.
- [11] 马双,臧文斌,甘犁.新型农村合作医疗保险对农村居民食物消费的影响分析[J].经济学(季刊),2011(1):249-270.
- [12] 白重恩,李宏彬,吴斌珍.医疗保险与消费:来自新型农村合作医疗的证据[J].经济研究,2012(2):41-53.
- [13] 李春琦,张杰平.中国人口结构变动对农村居民消费的影响研究[J].中国人口科学,2009(4):14-22,111.
- [14] 曲兆鹏,赵忠.老龄化对我国农村消费和收入不平等的影响[J].经济研究,2008(12):85-99,149.
- [15] 陈东,刘金东.农村信贷对农村居民消费的影响——基于状态空间模型和中介效应检验的长期动态分析[J].金融研究,2013(6):160-172.
- [16] 郭华,张洋,彭艳玲,等.数字金融发展影响农村居民消费的地区差异研究[J].农业技术经济,2020(12):66-80.
- [17] 王奕霏,庞晓鹏,王海南.数字化支付促进了农村居民消费升级吗?——基于中国家庭金融调查(CHFS)数据的实证分析[J].华中农业大学学报(社会科学版),2023(5):31-41.
- [18] 闻媛,曹佳楠.自然灾害对居民文化消费的影响——来自2008年中国汶川地震的经验证据[J].消费经济,2019(4):72-79.
- [19] 刘强,王琳,李本乾.文化智商、新媒介接触对文化消费本国中心主义的影响——基于1060个国际样本的调查[J/OL].广西师范大学学报(哲学社会科学版),1-18[2025-04-28].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/45.1066.C.20241213.1453.002.html>.
- [20] 刘瑞明,毛宇,亢延锬.制度松绑、市场活力激发与旅游经济发展——来自中国文化体制改革的证据[J].经济研究,2020(1):115-131.
- [21] 刘瑞明,李林,亢延锬,等.景点评选、政府公共服务供给与地区旅游经济发展[J].中国工业经济,2018(2):118-136.
- [22] 李秀香,刘苗苗.红色基因传承铸就“两个文明”相协调的中国式现代化的四重逻辑[J].江西财经大学学报,2024(5):13-23.
- [23] 谭娜,黄伟.文化产业集聚政策带动地区旅游经济增长了吗?——来自文创园区评选准自然实验的证据[J].中国软科学,2021(1):68-75,135.
- [24] 刘佳,刘贤明,李煜轩.文明城市评选与旅游经济发展:“锦上添花”还是“雪中送炭”?[J].旅游科学,2022(6):45-70.
- [25] 余泳泽,伏雨,庄海涛.高铁开通对区域旅游业发展的影响[J].财经问题研究,2020(1):31-38.
- [26] 田坤,行伟波,黄坤.交通基础设施升级与旅游经济高质量发展——基于高铁开通的实证研究[J].经济学报,2023(4):227-251.
- [27] 谢凯,秦志龙,张荣杰,等.交通基础设施改善与家庭旅游消费——来自“高铁县”的经验证据[J].数量经济技术经济研究,2023(12):90-110.
- [28] 张苏缘,顾江.文化消费试点政策对城市产业结构升级的影响研究[J].当代经济科学,2022(3):111-122.
- [29] 侯新烁,刘萍.文化消费试点政策能否推动地区旅游经济增长?[J].消费经济,2023(2):70-80.
- [30] 欧翠珍.文化消费研究述评[J].经济学家,2010(3):91-96.
- [31] 张苏缘,刘柏阳.“十四五”时期怎样培育文化消费新增长极?——以江苏省为例[J].文化产业研究,2020(3):80-96.
- [32] 梁超,熊瑞祥,王素素,等.家政服务业发展提升了女性就业水平[J].经济学(季刊),2024(4):1290-1307.
- [33] DOBKIN C, FINKELSTEIN A, KLUENDER R, et al. The economic consequences of hospital admissions[J]. American economic

- review, 2018, 108(2): 308-352.
- [34] CHEN S, LAN X. Tractor vs. animal: rural reforms and technology adoption in China[J]. Journal of development economics, 2020, 14: 102536.
- [35] LI P, LU Y, WANG J. Does flattening government improve economic performance? Evidence from China[J]. Journal of development economics, 2016, 123: 18-37.
- [36] CHETTY R, LOONEY A, KROFT K. Salience and taxation: theory and evidence[J]. American economic review, 2009, 99(4): 1145-1177.
- [37] 梁超, 王素素. 教育公共品配置调整对人力资本的影响——基于撤点并校的研究[J]. 经济研究, 2020(9): 138-154.
- [38] 徐鲲, 王英, 唐云. 国家全域旅游示范区创建的旅游经济效应研究——来自地级市准自然实验的数据[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2021(4): 216-230.
- [39] 唐要家, 陈燕. 数字基础设施缩小城乡收入差距的效应研究[J]. 广西师范大学学报(哲学社会科学版), 2024, 60(6): 106-120.
- [40] 刘震, 杨勇, 程玉. 互联网能否驱动旅游业效率提升? ——影响机制与经验证据[J]. 旅游学刊, 2022(9): 77-91.

How Do Cultural Consumption Policies Affect Rural Household Consumption?

——Evidence from a Quasi-Natural Experiment Based on the Cultural Consumption Pilot Policy

SUN Dayong, WANG Susu, LIANG Feng

Abstract Enhancing household cultural consumption to meet the growing demand for spiritual and cultural well-being is critical for promoting high-quality economic development and modernization with Chinese characteristics. Based on data from the China Family Panel Studies (CFPS), this paper treats the cultural consumption pilot policy as a quasi-natural experiment and employs a difference-in-differences method to examine the policy's impact on rural residents' consumption. The results indicate that the pilot policy significantly increased rural residents' cultural expenditures, primarily driven by tourism consumption. These findings remain consistent under multiple robustness checks, including parallel trend tests and placebo analyses. Moreover, heterogeneity analysis reveals that the policy's effect was most pronounced in eastern regions, where Online-to-Offline (O2O) platforms amplified its impact on cultural and tourism consumption. Tax incentive policies also demonstrated measurable efficacy, whereas measures aimed at stimulating autonomous household consumption yielded negligible effects. Based on these findings, it is recommended to promote cultural consumption reforms tailored to local conditions, tap into the consumption potential of rural residents, and facilitate the adjustment of the consumption structures.

Key words cultural consumption; tourism consumption; cultural consumption pilot policy; household consumption

(责任编辑:王 薇)