

山西省城镇居民文化消费研究

■ 郝雯

摘要:近年来,山西省经济飞速发展,与之相随的是居民消费水平的提高,文化消费逐渐纳入人们的消费视野,成为人们生活中重要的组成部分。但在文化消费水平提高的同时,山西省城镇居民的文化消费也暴露出一些问题。本文以山西省城镇居民为研究对象,分析了其消费结构与文化消费结构,并指出在文化消费上存在的诸多不足,在此基础上针对其在文化消费水平、文化供给、文化需求等方面存在的问题,提出了提高山西省城镇居民文化消费水平的对策建议。

关键词:城镇居民 文化消费 对策建议

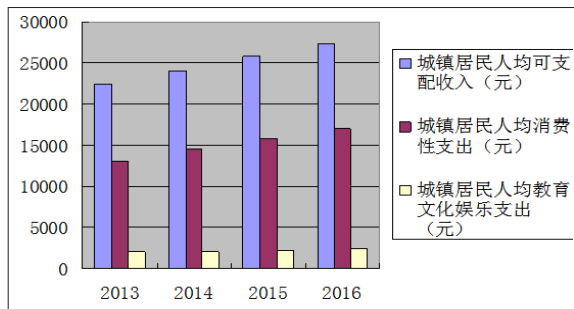
随着人民生活水平的提高,文化消费规模逐渐扩大,文化消费逐渐成为经济社会的主流消费形式。被誉为“华夏文明摇篮”的山西省,其文化消费具有特殊性。研究山西省城镇居民的文化消费,对于满足人们的精神文化需求,促进山西省城镇居民文化消费的协同发展具有重要的现实意义。

一、山西省城镇居民消费结构与文化消费结构

(一) 山西省城镇居民消费结构

收入是消费的源泉,消费水平的变动依赖于收入的变化。由图1中可以看到,自2013年以来,山西省城镇居民人均可支配收入呈现逐年上升的趋势。与2013年相比,2016年山西省城镇居民人均可支配收入增加了4896.4元,相比2013年增长了21.8%。此外,山西省城镇居民人均消费性支出也逐年上升。2016年,山西省城镇居民人均消费性支出16993元,比去年同期增长了7.42%,城镇居民的消费能力有所提高。与人均可支配收入和消费性支出的增长相适应,山西省城镇居民人均教育文化娱乐支出也有所增长。2016年山西省城镇居民人均教育文化娱乐支出

2439元,在消费性支出构成中占比14.35%。从宏观数据看,近年来山西省城镇居民文化消费水平整体呈现出逐渐增长的态势。



数据来源:2014年—2017年《山西统计年鉴》。

图1 山西省城镇居民收入支出变化图

(二) 山西省城镇居民文化消费结构

1. 文化产品供给

从文化产品供给方面来看,2015年山西省文化产业增加值达268.65亿元,增长12.1%,高于全国同期1.1个百分点,文化产业增加值占山西省GDP比重为2.1%。文化产业潜力逐渐释放,文化产业的活力、驱动力、创造力空前活跃。

在文化设施建设方面,山西省文化、体育和娱乐业固定资产投资总体呈现逐年递增的趋势。虽然山西省文化基础设施正在逐年增加,但文化设施的建设力度远远小于城镇居民对文化产品的需求增加幅度,并且文化设施空间分布不均匀。

基金项目:本文系2017年度山西省哲学社会科学规划课题“山西省城镇居民文化消费研究”的阶段性研究成果。

以太原市为例,电影院、博物馆、图书馆等基础设施大都呈现聚集态势,多集中于商圈或市中心较繁华地区,比如长风商务区、王府井等,而在一些城市边缘地区文化设施则较为稀少。这种资源的不均衡分配阻碍了部分人们的文化消费。

2. 文化产品需求

根据马斯洛需求层次理论,人的需要表现为从低层次逐渐到高层次的过程。从文化产品需求来看,2016年山西省城镇居民家庭消费性支出中,人均教育文化娱乐支出2439元,在消费性支出构成中占比14.35%;食品烟酒支出3863元,占消费性支出22.73%;居住支出3633.8元,占消费性支出21.38%。由此可见,在山西省城镇居民家庭消费性支出构成中,食品、居住这些必需品的消费仍然占较大比重,限制了文化消费的增长。此外,与2013年相比,2016年山西省城镇居民人均教育文化娱乐支出增长了18.1%,而山西省城镇居民人均消费性支出增长了29.1%,可见山西省文化消费增长滞后于消费总体增长,表明山西省城镇居民文化消费潜力尚未得到释放,随着人民收入水平的提高,人们对文化产品的需求将会越来越大。

二、山西省城镇居民文化消费存在的问题

随着山西省城镇居民人均可支配收入和消费性支出的增加,以及人们物质生活的改善,居民的文化消费水平也在逐步提高。但不可否认的是,当前山西省城镇居民文化消费领域中还存在着诸多问题。

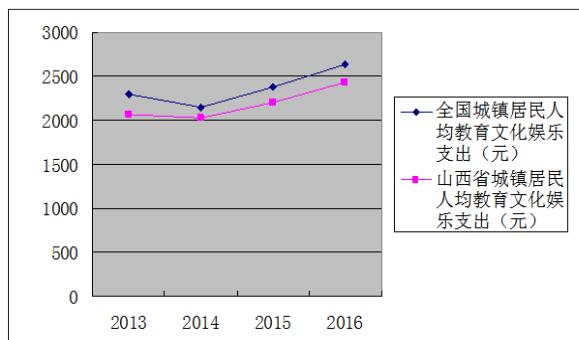
(一) 文化消费水平较低

与柴米油盐酱醋茶相比,文化属于非必需品,只有当人们的收入上升到一定的高度,对文化产品的需求才会增加。文化消费在很大程度上会受到人们经济能力的影响。2016年全国城镇居民人均可支配收入33616元,是山西省城镇居民人均可支配收入水平的1.23倍。2016年全国城镇

居民人均教育文化娱乐支出2637.6元,同比增长10.7%,是山西省城镇居民人均教育文化娱乐支出的1.08倍。由此可见,山西省城镇居民收入水平的偏低影响着其文化消费。

由图2可见,2013—2016年,山西省城镇居民人均教育文化娱乐支出均低于全国水平。近几年,山西省城镇居民人均消费性支出增长较快,但人均文化消费支出占人均消费性支出的比例则增长有限。2013年—2016年山西省城镇居民人均教育文化娱乐支出占人均消费性支出的比例有不同程度的下降,2013年该占比为15.7%,2014年该比例下降了1.9个百分点,2015—2016年该占比有小幅回升,2016年该占比达到14.35%,仍低于2013年的水平。

(二) 文化产品供给不足



数据来源:2014—2017年《山西统计年鉴》、《中国统计年鉴》

图2 全国与山西省城镇居民人均教育文化娱乐支出对比图

随着生活水平的提高,山西省城镇居民的消费结构也在不断优化升级,人们对文化产品的需求也呈上升趋势。人们对文化产品需求的增加使得物质产品的短缺正在逐渐演变为文化产品的短缺,文化产品的供给不足在一定程度上限制了文化消费潜力的释放。文化产品的数量、质量与人们的需求不匹配。在文化市场上,提供给消费者的文化产品大都质量较低,内容单一,不能满足人们对于文化产品的需求。在市场提供的文化产品中,属于精品的文化产品较少,且产品缺乏吸引力,抑制了人们的消费潜力。

此外，山西省公共文化设施建设落后，不能为文化消费的升级起到很好的助力作用。山西省公共文化设施的缺乏制约了人们文化消费水平的提高。与2015年相比，2016年文化馆个数与上年持平，公共图书馆增加1个，博物馆增加9个。图书馆等这些基础设施场馆设立较为分散，制约了人们的文化消费行为。

（三）文化需求较弱

人们主观意识上的消费观念在一定程度上决定着人们对文化产品的需求。有些公众的消费心理不成熟，尚未建立起科学的文化消费观、文化价值观，这使得其忽略了自身消费行为的科学性。此外，有些人们的消费观念没有向文化消费转变，仍然停留在过去对于物质生活的享乐阶段，过于重视物质生活的享受，而忽略了文化消费，文化消费观念的滞后也影响了人们对于文化产品的需求及其消费。

三、提高山西省城镇居民文化消费水平的对策建议

（一）提高居民收入水平

近年来，山西省城镇居民的人均可支配收入水平总体呈现逐年上升的态势，但与全国城镇居

民人均可支配收入水平相比，仍然较低。山西省城镇居民人均可支配收入同比增长较慢，低于全国水平。2016年，山西省城镇居民人均可支配收入同比增长率低于全国城镇居民人均可支配收入同比增长率1.9个百分点。与逐年上升的人均收入水平相对应，物价也在逐年上涨。例如，2016年山西省城市居民消费价格累计上涨1.1%，其中，教育文化和娱乐类价格上涨1.4%，超过总体水平价格上涨0.3个百分点。并且文化消费属于高层次消费，人们只有在解决了温饱问题后才会考虑文化消费。因此，应提高山西省城镇居民的收入水平，完善收入分配的调节机制，健全工资的增长机制，使居民收入水平的变动与经济的变化尽量同步。同时，要调整居民收入结构，提高居民的经营性收入、财产性收入在居民收入中的占比，增强居民进行文化消费的欲望。此外，要健全社会保障机制，解决人们的后顾之忧，使得人们有能力去进行文化产品的消费。对于低收入群体，不仅要解决他们的温饱问题，还要为其创造条件以提高其精神生活水平。

（二）创新文化产品供给

当前，山西省文化产品市场上存在着文化产品的供给与需求不匹配的结构矛盾，这种不匹配制约着人们的文化需求。因此，应做好市场调



研,了解消费者对于文化产品的真正需求,创新出更多的文化产品,加强优质文化产品的有效供给,以满足人们日益增长的文化需求。将文化产品与休闲旅游等服务性消费相结合,通过开展丰富多样的文化活动,培育消费热点、拓展消费渠道、提高消费层次。此外,要加强文化设施的建设。对于中心地带的文化设施要不断优化升级,培育文化产业群,发展文化产业基地。同时对于城市非中心的边缘地区要重视文化基础设施的建设,比如日本在社区设立小型图书馆,这样扩大了文化产品的辐射范围,使得居民能够就近参与文化消费,释放更多潜在的文化需求。

(三) 培养正确的文化消费观念

文化消费的主体是居民,在文化消费的过程中居民应积极发挥其主观能动性,树立正确的文化消费观念,逐步形成多元化的文化消费形式。当前山西省城镇居民对于文化产品的消费意识还不太强烈,文化消费还不是居民生活中的必要组成部分。伴随着山西省城镇居民可支配收入的逐年提高,城镇居民的消费观念仍停留在传统的物质享受阶段,轻文化重物质的这种消费观念制约着山西省城镇居民的消费选择。在这种情况下,政府就有必要对消费者进行宣传 and 引导,帮助城镇居民逐步培养正确的消费观念,以此拉动公众对文化消费的需求。一方面引导居民形成科学合理的文化消费观。通过电视、新闻、网络等媒体的力量,加强对于文化消费品的宣传力度,拓宽消费者接收文化消费信息的渠道,通过舆论导向、家庭教育、学校教育等方式,将文化消费的教育纳入教育体系中,推动全民文化消费教育,帮助居民逐步建立科学的消费观。另一方面为居民创造良好的文化消费氛围。良好的文化消费氛围对于居民的耳濡目染,可以帮助人们逐渐形成良好的文化消费意识和习惯。通过组织一些大众化的文化活动,如文化演出、社区文艺活动等,以此来吸引更多的文化消费者参与到文化消费活动中,引导人们参加文化实践,体验先进文化。■

参考文献:

- [1] 李蕊.中国城镇居民文化消费:现状、趋势与政策建议[J].消费经济,2014,(12).
- [2] 聂正彦,苗红川.我国城镇居民文化消费影响因素及其区域差异研究[J].西北师大学报(社会科学版),2014,(9).
- [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).
- [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).
- [5] 田虹,王汉瑛.中国城乡居民文化消费区域差异性研究——基于面板门槛模型的实证检验[J].东北师大学报(哲学社会科学版),2016,(3).
- [6] 李蕊.中国居民文化消费:地区差距、结构性差异及其改进[J].财贸经济,2013,(7).

(作者单位:太原师范学院)

责任编辑:代建明

更正

《北方经济》第8期王芳、赵辉越、王琦撰写的《哈长城市群发展路径及对策研究》一文中,中国地图绘制有误,应变更为下图所示。对于编辑过程中出现的疏漏,特此致歉。

《北方经济》编辑部

