

# 我国人口老龄化对文化消费影响的实证分析

## ——来自中国省际面板数据的检验

戴晓芳 李震 李杏

(南京财经大学 国际经贸学院 江苏 南京 210023)

**摘要:** 扩大文化消费是经济实现扩内需、调结构的重要着力点,目前中国人口老龄化趋势日益凸显,这无疑将对产业结构调整产生重大影响。采用1998—2012年中国省际面板数据,通过SYS-GMM方法实证分析人口老龄化对文化消费的影响。结果显示,老龄化有利于文化消费水平的提高,在控制了其他经济、制度、人口变量后,这一结果仍然稳健有效。

**关键词:** 人口老龄化;文化消费;广义矩估计

**中图分类号:** F014.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-6049(2016)05-0033-09

### 一、引言

自1999年迈入老龄化社会,至2012年底,我国0~14岁及65岁以上人口分别约占总人口的16.5%和9.4%,老龄化程度进一步加深。人口老龄化将贯穿我国21世纪始终,并对经济社会发展产生极大冲击。同时,我国人口老龄化的特征显著异于发达国家,具有老年人口规模较大和老龄化发展较为迅速等特点。Pifer曾断言:“人口老龄化的继续发展所产生的冲击不亚于全球化、城市化、工业化等人类历史上任何一次伟大的经济与社会革命。”<sup>[1]</sup>

在人口老龄化快速发展的趋势下,扩内需、调结构成为了经济长足发展的战略重点。扩大消费尤其是文化消费已成为推动经济结构战略性调整的重要支点和转变经济发展方式的重要着力点,将文化消费作为国家扩大内需的重要组

成部分已纳入“十二五”规划。文化消费与经济发展水平密切相关,对本国经济发展具有重要推动作用,同时又深深地影响着一个国家的国民素质。随着经济持续稳定增长和城乡居民消费结构的不断改善,人们开始追求高质量的生活方式,注重生存的意义与价值,追求幸福的生活品质。文化消费作为高层次的精神消费,是国民追求生存价值、实现幸福的必要途径。早在1992年,消费经济学创始人尹世杰就曾指出“文化教育是第一消费力。”这是由于文化消费能够带动文化产业以及整个第三产业的发展 and 繁荣,并促成产业结构的升级,形成新的经济增长点,最终实现消费需求和经济增长之间的良性互动。因此,研究人口老龄化对文化消费的影响,具有很强的现实意义。如今,学者普遍接受广义上文化消费的概念,即文化消费是指人们为了满足自身

收稿日期:2016-09-04

基金项目:全国统计科学研究重点项目“人口年龄结构变动对中国产业结构升级影响研究”(2015LZ28)、江苏省高校哲学社会科学基金重点项目“文化消费观念与江苏文化产业发展研究”(2012ZDIXM025)

作者简介:戴晓芳(1971—),女,江苏镇江人,南京财经大学讲师,研究方向:国际经济和文化贸易;李震(1990—),男,江苏徐州人,南京财经大学国际经贸学院国民经济专业硕士研究生。

通讯作者:李杏,女,江苏沛县人,香港中文大学博士后,南京财经大学教授,研究方向为人口经济与国际经济、宏观经济。

的精神文化生活而采取不同的方式来消费精神文化产品和服务的行为,主要包括教育、文化娱乐、体育健身、旅游观光等方面。通过文化消费满足人们的情感体验、认知能力和知识水准的提升。按照满足消费需求的层次划分,文化消费属于精神层面的追求和高层次的消费,需要在物质需求得到满足的前提下,才会有较大的增长空间。相较于物质消费,精神文化消费具有消费内容的多功能性、消费功能后果的差异性和自主性等特点<sup>[2]</sup>,基于此,文化消费的影响因素与物质消费相比,差异较大。

习惯上,学者对文化消费影响因素的研究倾向于强调阶层、偏好以及前期文化消费水平等因素的作用<sup>[3]</sup>。Katz-Gerro T, Raz S, Yaish M 通过对以色列地区文化消费影响因素的分析,发现阶层相比于社会地位对文化消费的影响更大,而种族和宗教也是影响文化消费的重要因素<sup>[4]</sup>。Tak Wing Chan, Goldthorpe, John H 指出社会阶层和文化消费关系复杂,这种复杂性主要由收入水平、受教育程度和社会地位的联合效应决定<sup>[5]</sup>。Jordi 和 Ercilia 综合运用经济学和社会学的研究方法,分析了西班牙文化消费的经济和社会学特征,认为文化产品具有反映社会阶层的标榜性功能,文化消费是构建身份、表达意义的创建性过程<sup>[6]</sup>。但上述文献的结论大多从定性角度分析得出,有些结论的说服力还不充分。从定量研究方面看,部分学者以文化消费理性成瘾(Rational Addiction)理论为出发点,实证分析结果表明前期文化消费水平对当期有显著的积极影响<sup>[7-9]</sup>。

Zanardi 采用参与模型和频率模型分析了影响表演艺术需求的因素。发现受教育水平高低和文化资本存量(Cultural Capital)大小对是否参与文化活动影响显著,而参与频率则受收入、价格和社会人口特性等因素的影响。Zieba 将税前收入、可支配收入和价格变量引入计量方程,探讨了德国戏剧需求的价格和收入弹性问题。结果表明戏剧需求与自身价格成反比,与可支配收入成正比。而税前收入对需求的影响是可支配收入的 5 倍,这充分说明戏剧这一文化产品具有奢侈品的特性<sup>[10]</sup>。近年来,国内学术界对文化消费的研究与日俱增,主要集中于两个方面,一是侧重对文化消费理论的阐释(欧翠珍, 2010; 邓

安球, 2007)<sup>[11-12]</sup>;二是采用实证方法检验影响文化消费各个因素。关于文化消费的实证研究表明,国内学者认同居民可支配收入、前期文化消费对当期文化消费具有显著影响<sup>[13]</sup>。此外,文化产品的价格水平也对文化消费影响显著<sup>[14-15]</sup>。

但可惜的是,在我国人口老龄化日益严峻的形势下,国内外学者尚未考查老龄化对文化消费的影响。本文的贡献在于两个方面:首先,本文将在一定程度上弥补国内这方面实证研究的不足;其次,在本文所遵循的回归框架中,解释变量存在滞后的因变量,并由此导致内生性问题,传统的面板数据估计结果(如固定效应变换)可能会有所偏离或不一致,故本文采用系统广义矩估计法(System Generalized Method Of Moments)来克服滞后因变量的内生性问题,这在国内文化消费的研究中比较少见。另外,本文采用工具变量的方法首次考察了老龄化与文化消费的因果关系。

本文余下部分安排如下:第二部分阐释人口老龄化对文化消费影响的具体路径;第三部分介绍模型设定和估计方法;第四部分描述数据;第五部分报告估计结果,并对结果作相应解释;第六部分总结全文。

## 二、人口老龄化对文化消费的影响分析

生命周期假说(Life-cycle Hypothesis)理论开启了研究人口老龄化与居民消费之间关系的先河。根据 Modigliani 和 Brumberg 的生命周期假说,消费者将一生的预期总收入在不同年龄阶段进行跨期配置,以取得整个生命周期内消费效用的最大化。劳动人口的收入除了用于个人消费以外,一部分用于抚养下一代,一部分储蓄起来以备年老时期消费。劳动人口对应正储蓄,而儿童和退休人口对应负储蓄,因此,一个国家儿童和退休人口比例上升时,消费倾向上升。反之,劳动人口所占比重上升时,该国消费倾向下降。一国的人口年龄结构与居民消费率存在着相关关系,具体而言,一国的人口抚养比(包括少儿抚养比和老年抚养比)越高,则该国的消费率越高。

我国人口老龄化导致少儿抚养比下降和老年抚养比上升,但总的抚养比是下降的。如果少儿抚养比下降引起的消费的减少大于老年抚养比上升引起的消费的增加,则总消费水平是下降的,反之则相反。

### (一) 人口老龄化有利于文化消费

首先,人口老龄化直接导致老年人口规模的扩大,老龄化使得老年人口的消费偏好变动为以下三项:食品、医疗保健和教育文化娱乐服务(李洪心、高威,2008;包玉香,2012)<sup>[16-17]</sup>。根据生命周期假说理论,老年人相较于年轻时期,有更多的储蓄及闲暇时间,这为丰富个人生活、满足精神文化需求提供了硬性支持,老年群体对文化产品的消费偏好将有利于文化消费。其次,由于我国家庭普遍注重教育,在老年人利他性消费行为中,存在对子女及孙辈的文化产品需求投入,这在客观上也增加了文化消费总量。

### (二) 人口老龄化不利于文化消费

由于我国是在经济尚未实现现代化的进程中步入老龄化社会,属于未富先老。而我国的养老保障制度等公共服务体系建设尚不完善,对于城镇老年人来说,养老金是老年人最主要、最重要的收入来源<sup>[18]</sup>。但目前的状况是:一些城市老年人养老金甚至不能满足其自身基本生活需要,而农村老年人口基本上没有养老金保障,其贫困率较城市更高。老年人身体机能下降和收入水平较低的双重现实在很大程度上遏制了他们更高层次的精神文化需求。其次,我国经济社会在过去30多年中的高速增长主要得益于高投资、高储蓄以及人口红利等因素<sup>[19]</sup>,生命周期假说指出:人口老龄化会降低储蓄率和投资率,从而抑制经济增长。胡鞍钢等学者从理论模型出发实证得出人口老龄化会降低居民可支配收入增速,从而对需求弹性较大的居民文化消费起到抑制作用<sup>[20]</sup>。

根据以上分析,人口老龄化对于文化消费的影响尚不确定,下文将从实证方面探讨两者的关系。

### 三、模型设定和估计方法

我们使用65岁及以上人口占总人口的比重(OLDR)来衡量老龄化程度,用人均娱乐教育文化用品及服务消费额表示文化消费水平(LC),用市区娱乐教育文化用品及服务价格指数表示其价格水平(IP)。基于文化消费的相关理论和前人对文化消费的实证分析,本文设定实证模型如下:

$$\ln LC_{i,t} = \gamma_1 \ln LC_{i,t-1} + \gamma_2 OLDR_{i,t} + \gamma_3 X_{i,t} + \delta_i$$

$$+ \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

式中  $\ln LC_{i,t}$ 、 $OLDR_{i,t}$  分别代表居民文化消费水平的对数值和人口老龄化变量;  $\ln LC_{i,t-1}$  是滞后一期文化消费水平的对数值,这样 OLDR 的系数就表示人口老龄化指标每变动 1% 时,文化消费水平相应变动的百分比;  $X_{i,t}$  是一组影响文化消费水平的控制变量;  $\delta_i$  是地区(省)固定效应;  $\varepsilon_{i,t}$  是随机误差项;  $i, t$  分别代表省份和时间。一般而言,大多数的实证研究中的  $X_{i,t}$  包括文化产品价格指数、收入水平等变量,在下文的稳健性检验中,  $X_{i,t}$  还包括了一些人口学变量和人力资本变量,它们分别为出生率(BR)、性别比(SR)、普通高中在校生数(STU1)、普通高等学校在校生数(STU2)以及政府教育事业支出规模(EDU)。

由于在面板模型中,解释变量包含滞后因变量,故此为动态面板数据(Dynamic Panel Data,简记为DPD)。对于动态面板数据,即使在组内估计(FE)也是非一致的,并会出现动态面板偏差,这主要是由滞后因变量所引致的内生性问题造成的。

为了解决内生性的问题,本文采用广义矩估计法(GMM),Arellano and Bond<sup>[21]</sup>认为 GMM 估计法的基本思路可分为两步:首先对回归方程进行一阶差分以消除不随时间变化的个体固定效应的影响,但差分方程中( $\ln LC_{i,t-1} - \ln LC_{i,t-2}$ )与误差项( $\varepsilon_{i,t} - \varepsilon_{i,t-1}$ )仍是相关的(因为  $\ln LC_{i,t-1}$  与  $\varepsilon_{i,t-1}$  相关)。所以第二步是将所有可能的滞后变量作为差分方程中相应内生变量的工具变量(IV)以估计差分方程,得出“Arellano - Bond”估计量,因而此法也被称作一阶差分广义矩估计(First Differenced GMM),简记为DIF-GMM。但差分也会带来一系列问题,首先,DIF-GMM 并不能得出不随时间变化的变量的系数;另外,估计量容易受到弱工具变量的影响<sup>[22]</sup>,尤其是对于长面板数据而言。针对后一个问题,Arellano and Bover 重新回到差分之前的水平方程(Level Equation)并使用滞后变量的差分项作为其工具变量对方程进行 GMM 估计。Blundell and Bond 则将差分方程和水平方程结合起来作为一个方程进行 GMM 估计,据此提出系统广义矩估计法(System-GMM)<sup>[23]</sup>,简记为SYS-GMM。SYS-GMM 的优点是可以提高估计的效

率,并可以估计不随时间变化的变量系数,本文将在实证部分报告 SYS-GMM 估计值。但无论是采用 DIF-GMM 还是 SYS-GMM,都必须要求扰动项 $\{\varepsilon_i, t\}$ 不存在自相关,对于 SYS-GMM,还要求滞后变量的差分项与固定效应 $\delta_i$ 不相关。故笔者在报告了 SYS-GMM 估计结果后,对方程的扰动项 $\{\varepsilon_i, t\}$ 进行了 Arellano-Bond 自相关检验,并最终使用 Sargan 检验,以进行过度识别检验,试图证明所有工具变量的有效性。

#### 四、数据

本文选用的数据根据《中国统计年鉴》整理计算得出,数据涉及全国 31 个省级辖区 1998—2012 年的人口和经济变量。其中人均可支配收入是以城乡人口比为权重,分别对城镇居民可支

配收入和农村居民纯收入加权平均得到;人均文化消费支出是以城镇居民文化消费支出和农村居民文化消费支出乘以各自的权重得到,其他统计变量均直接从统计年鉴中获得。

由表 1 可以发现,lnLC 分布较为均匀(标准差为 0.69),各人口学变量的分布要相对松散。而人均可支配收入、高中以及高校在校生数和政府教育费用支出规模 4 个统计量的地区差异则较为显著。如贵州、甘肃、宁夏三地人均可支配收入平均只有 5 000 元,北京、上海则接近 2 万元;青海、宁夏、西藏和海南四地普通高等学校在校生数平均在 10 万以下,江苏、山东两省则达到 100 万以上。

表 1 各变量统计特征描述

变量/项目	观测值	平均值	标准差	最小值	最大值
文化消费水平对数值(lnLC)	465	6.29	0.69	1.90	8.14
老年人口占总人口比重(OLDR/%)	465	8.37	1.94	4.05	16.37
性别比(SR/%)	465	104.14	3.57	92.25	115.23
出生率(BR/%)	465	10.33	5.12	0	23.70
文化产品价格指数(IP)	464	100.12	3.47	84.60	123.20
居民人均可支配收入(INC/元)	465	7 954.33	5 702.40	1 011.39	37 792.81
普通高中在校生(STU1/万人)	465	64.88	48.78	0.76	225.93
普通高等学校在校生(STU2/万人)	465	52.83	37.86	0.90	170
政府教育事业支出规模(EDU/亿元)	465	204.82	231.78	5.19	1 500

由于缺失 1999 年西藏的 IP 数据,故 IP 变量统计量为 464。

#### 五、估计结果

表 2 报告了老龄化变量 OLDR 作为外生变量时,对上述动态方程采用 SYS-GMM 回归的估计结果;表 3 则报告了 OLDR 作为内生变量的 SYS-GMM 实证结果。由于文化产品与服务的价格与文化消费水平存在一定程度的双向作用和相互影响,我们统一指定价格水平为内生变量。另外,我们认为在没有把受教育程度、社会地位等因素量化并引入方程之前,人均可支配收入也应视为内生变量,因为遗漏这些变量同样会造成 INC 的内生性问题,除此之外的变量都作为外生变量。

表 2 第(1)列中我们仅在方程中引入老年人口占总人口比重变量(OLDR)、收入水平变量(INC)和价格指数(IP),可以发现,OLDR 的系数为 0.052,在 1% 的置信水平下显著,这表明老年人口占总人口比重变量对于文化消费具有正效应。滞后一期文化消费水平(LnLC(-1))的系数为 0.677,且在统计上显著异于零。人均可支

配收入系数较小,在 1% 的置信水平下是显著的。此外,Arellano-Bond 序列相关检验表明,统计上接受不存在二阶序列相关性的原假设。Sargan 过度识别检验显示,在 5% 的显著性水平下,我们无法拒绝“所有工具变量均有效”的原假设( $P = 1.00 > 0.05$ )。

不过,第(1)列回归可能遗漏一些重要的解释变量并造成估计偏误。国外学者研究发现,有小孩的家庭对图书等文化产品的需求相对更多,女性消费者对电影、音乐会和图书等文化消费具有正效应<sup>[24]</sup>。因此,我们在第(2)列中分别加入性别比(SR)和滞后一期的出生率(BR),我们认为,出生率对文化消费的影响不在当期而在滞后期显现。结果显示人口老龄化变量(OLDR)在 5% 的水平上统计显著,而新引入变量并不显著,我们认为这可能与不同社会的人口特性有关。国外的实证研究一致表明人力资本存量、受教育水平对文化消费有显著的积极影响<sup>[25-26]</sup>,据此我们在表 2

第(3)列中引入普通高中在校生数(STU1)和普通高等学校在校生数(STU2)以控制人力资本对文化消费的影响。可以发现,表2中前3个变量依然显著,其他变量皆不显著,尽管新引入的两个变量有着与理论预期的符号。最后,由于文化消费不仅包括个人文化消费,也包括社会公众文化消费,所以制度及政策性的因素也应考虑进来。由于制度及政策扶持力度不易量化,我们认为教育

费用的财政支出规模可通过影响人力资本进而作用于文化消费,可以将其视为制度的代理变量。我们将它引入第(4)列方程中,回归结果显示,老龄化变量的系数(0.054)和统计显著性并没有发生大的变化,这表明,估计结果是相当稳健的。回归结果也显示,滞后一期的出生率、人力资本等变量对于文化消费有着预期的正效应,尽管他们在统计上不显著。

表2 老年人口占总人口比重(外生变量)对文化消费的影响

解释变量	被解释变量: lnLC(文化消费支出的对数值)			
	SYS-GMM(1)	SYS-GMM(2)	SYS-GMM(3)	SYS-GMM(4)
老年人口占总人口比重(OLDR)	0.052*** (2.59)	0.053** (2.28)	0.051** (2.04)	0.054** (2.10)
滞后一年的(lnLC)	0.677*** (7.37)	0.679*** (6.91)	0.648*** (5.89)	0.591*** (4.01)
人均可支配收入(INC)	0.00002*** (3.23)	0.00002*** (3.02)	0.00002*** (2.91)	0.00003** (2.15)
文教娱乐用品及服务价格指数(IP)	0.004 (0.85)	0.005 (0.5)	0.004 (0.30)	0.004 (0.36)
性别比(SR)		0.001 (0.13)	0.0005 (0.04)	0.003 (0.24)
滞后一年的出生率(BR)		0.0007 (0.18)	0.0002 (0.04)	0.0008 (0.15)
普通高中在校生(STU1)			0.0006 (0.34)	0.001 (0.49)
普通高等学校在校生(STU2)			0.0002 (0.09)	0.0005 (0.18)
教育事业财政支出(EDU)				-0.0001 (-0.84)
Arellano-Bond AR(1)	0.001	0.003	0.003	0.004
Arellano-Bond AR(2)	0.273	0.310	0.349	0.333
Sargan 过度识别限制检验 Sargan 检验				
统计量	29.669	29.580	28.449	28.449
P 值	1.000	1.000	1.000	1.000
观察值个数	434	434	434	434
省份	31	31	31	31

注:(1)括号内为Z统计量。(2)\*、\*\*、\*\*\*分别表示10%、5%和1%的显著性水平。(3)在SYS-GMM估计中,若方程涉及到收入水平(INC)与价格指数(IP),我们均指定二者为内生变量,并用2个更高阶的滞后期作为相应变量的工具变量。(4)Arellano-Bond AR(1)和Arellano-Bond AR(2)分别报告了一阶和二阶序列相关检验的P值。

为了粗略地检验GMM估计的有效性,我们做了包含所有协变量的混合OLS估计和固定效应估计,结果显示滞后变量 $\ln LC_{i,t-1}$ 的系数区间为[0.381 0.726],包含了第(4)列中 $\ln LC_{i,t-1}$ 的系数0.591,表明SYS-GMM估计是可靠的。

由于文化消费水平的提升必然在经济增长的大潮中实现,伴随着经济中人力资本水平的上升、父母人力资本的改善,其结果是提高对子女人力资本投资的回报率,而不是增加子女个数。出生率的转变以及人口政策的调整都可能影响

老龄化水平。因此,在表3中,我们将老龄化变量视做内生变量,以其滞后二期值作为工具变量引入估计方程。

表3中(1)~(4)列,我们分别在方程中引入了不同的控制变量。在第(1)列中,我们仅加入了老龄化变量(OLDR)、滞后一期的文化消费水平( $\ln LC_{i,t-1}$ )和人均可支配收入变量(INC),回归结果显示,三者统计上均显著,其中,当期文化消费水平受其滞后期影响非常大(系数为0.825)。在第(2)列中,我们引入了价格水平变

量以及相应的人口学变量。结果表明,变量  $OLDR$  不再显著,滞后期文化消费水平 ( $\ln LC_{i,t-1}$ ) 的系数值有所下降 (0.685),而新引入的变量系数皆为正,尽管他们在统计上不显著。在第(3)列中,我们继续加入高中生在校人数 ( $STU1$ ) 和普通高等学校在校生数 ( $STU2$ ) 两个变量以控制人力资本对文化消费的影响,结果显示, $OLDR$  在 1% 的置信水平下显著,变量  $STU1$  有着预期的正系数,但变量  $STU2$  的系数为负,我们认为这可能是由于二者的共线性问题造成的。在第(4)列中,我们将政府教育支出变量 ( $EDU$ ) 引入方程,回归结果表明,变量  $OLDR$  依然显著,这说明我们的估计结果是稳健的。其次,文化消费水平的滞后期以及人均可支配收入

的系数在统计上显著异于零,且性别比 ( $SR$ ) 在 10% 的置信水平下显著,其对文化消费具有正效应,其他变量依然不显著。最后,表中所有方程都通过了 Arellano-Bond 序列相关检验和 Sargan 过度识别检验,表明了估计方程采用 SYS-GMM 估计的可行性以及所有工具变量的有效性。在第(4)列中, $\ln LC_{i,t-1}$  的系数 (0.060) 处于区间  $[0.381, 0.726]$ ,同样说明了 SYS-GMM 的估计结果是可靠的,主要变量通过内生性检验。

通过以上检验,我们认为,平均而言,老年人口占总人口比重每上升 1 个百分点,将推动文化消费增长 5.7% ( $5.7\% = (0.054 + 0.060) / 2$ ),从数量上来说,老龄化指标  $OLDR$  对文化消费的影响是显著的。

表 3 老年人口占总人口比重(内生变量)对文化消费的影响

解释变量	被解释变量: $\ln LC$ (文化消费支出的对数值)			
	SYS-GMM(1)	SYS-GMM(2)	SYS-GMM(3)	SYS-GMM(4)
老年人口占总人口比重 ( $OLDR$ )	0.028** (2.00)	0.054 (1.57)	0.060*** (2.84)	0.060*** (2.98)
滞后一年的 ( $\ln LC$ )	0.825*** (12.98)	0.685*** (6.77)	0.670*** (7.76)	0.641*** (6.06)
人均可支配收入 ( $INC$ )	0.000 01** (2.19)	0.000 02*** (3.35)	0.000 02*** (4.05)	0.000 03** (2.91)
文教娱乐用品及服务价格指数 ( $IP$ )		0.003 (0.45)	0.002 (0.15)	0.002 (0.18)
性别比 ( $SR$ )		0.004 (0.39)	0.007 (1.27)	0.008* (1.67)
滞后一年的出生率 ( $BR$ )		0.000 5 (0.18)	0.000 2 (0.04)	0.000 6 (0.11)
普通高中在校生 ( $STU1$ )			0.000 9 (0.58)	0.001 (0.69)
普通高等学校在校生 ( $STU2$ )			-0.001 (0.34)	-0.004 (-0.11)
教育事业财政支出 ( $EDU$ )				-0.000 1 (-0.76)
Arellano-Bond AR(1)	0.002	0.001	0.002	0.002
Arellano-Bond AR(2)	0.395	0.404	0.579	0.478
Sargan 过度识别限制检验 Sargan 检验统计量	29.623	29.327	29.159	29.089
$P$ 值	1.000	1.000	1.000	1.000
观察值个数	434	434	434	434
省份	31	31	31	31

注:(1)括号内为  $Z$  统计量。(2)\*、\*\*、\*\*\* 分别表示 10%、5% 和 1% 的显著性水平。(3)在 SYS-GMM 估计中,若方程涉及到收入水平 ( $INC$ ) 与价格指数 ( $IP$ ),我们均指定二者为内生变量,并用 2 个更高阶的滞后期作为相应变量的工具变量。(4) Arellano-Bond AR(1) 和 Arellano-Bond AR(2) 分别报告了一阶和二阶序列相关检验的  $P$  值。

## 六、结论

在人口老龄化快速发展的趋势下,扩大文化消费成为经济实现扩内需、调结构的重要支点和重要着力点。本文利用1998—2012年中国省际面板数据,采用老年人口占总人口比重作为衡量老龄化的程度指标,通过SYS-GMM方法实证分析了人口老龄化对于文化消费的影响。回归结果显示,老年人口占总人口比重的上升有利于文化消费。平均而言,老年人口占总人口比重每上升1个百分点,将推动文化消费增长5.7%,这一结论在控制了人口学变量和人力资本变量后仍然是稳健的。

本文的结论为扩大文化消费这一战略实施提供了来自老龄化方面的佐证,并在一定程度上丰富了国内关于文化消费的研究。文化消费不仅受价格水平、收入水平等基本变量的影响,也受到人口年龄变量的显著影响。结论表明,在人口老龄化快速发展的形势下,老龄化对于扩大文化消费是有利的。

## 七、扩大文化消费的对策

文化消费是社会文明进步的重要标志,对于拉动一国的消费增长,增强一国的软实力具有重要意义。发达国家的文化消费占总消费额的30%以上,而中国的文化消费占比远远低于这个数值,还处于起步阶段。随着中国经济的发展,老年居民的生活水平在逐步提高,消费结构也在不断升级,必然会产生更多的精神消费需求,因此,老年人的文化消费市场是有巨大的潜力和发展空间的。关于扩大老年人的文化消费,繁荣文化市场,本文有如下建议:

### (一) 建立和完善相关制度

目前的老年文化产品和服务产品缺乏创新,内容陈旧粗糙,模仿、盗版现象严重,成为影响老年文化消费发展的顽疾。文化消费的健康发展,首先要规范文化消费活动的内容与形式。对于文化市场来说,最重要的是加强知识产权保护等相关的法规体系建设,维护文化产品的知识产权,以保持文化产品的创新;其次,要健全保护消费者权益的法律、法规,制定相关的消费法律和道德规范,使保护消费者权益步入法制轨道,增强老年消费者的维权意识。

### (二) 积极完善社会保障体系

中国老龄人口数量庞大,消费需求潜力大,

是一个值得重视和培养的消费群体,消费空间有待进一步挖掘。老年群体因为已经退出了劳动力市场,收入来源应该更多的来源于政府转移性支付和社会保障体系,许多老年消费者由于受到收入限制和养老就医的顾虑,目前在文化方面的消费水平不高。建议政府部门进一步建立和完善城乡社会保障制度,加大老龄人群在社会收入分配中的比重,保障老年人口的生活水平,解除城乡居民养老和就医等后顾之忧,把老年人潜在的消费需求最大限度地转化为现实的消费需求。要提高广大老年人的文化消费水平和消费质量,在保证基本文化消费的基础上,增加高层次文化消费。

### (三) 鼓励老年人的文化消费

目前我国老年人的文化层次较低,消费观念比较落后,文化消费意识较低,通常以消遣性消费为主,高层次的文化消费较少,需要政府和媒体的引导和鼓励。一方面综合运用各种手段来引导和调节老年人文化消费,利用媒体的宣传作用,通过多种形式,如图书、影视作品、公益讲座等形式,深入浅出地介绍文化产品的思想内容、艺术特色、价值意义、社会影响等,营造良好的文化消费氛围,改变老年人传统的消费观念,大力提高老年人的文化消费能力,使老年人敢于和善于进行文化消费;另一方面政府应该加大对老年教育的投入,动员社会力量,通过多渠道方式筹集办学经费,办好老年大学或老年学校,在老年教育中融入文化消费内容,提升老年人的文化消费品味,从而使老年人的文化消费向高质量消费、知识性消费、多层次消费和个性化消费发展,达到扩大文化消费领域、提高文化消费质量的目的。

### (四) 增加对文化基础设施的投入

目前公共文化设施不足,服务设施简陋,安全性不高,已严重制约了老年人的文化消费数量和质量。政府应加大对公共文化基础设施的投入,完善文化消费场所,比如图书馆、文化馆、科技馆、博物院、社区文化设施等建设,为老年受众群的文化消费的发展创造物质基础;同时也给艺术院团和文化机构提供必要的政策性扶持,依托这些公共文化组织开展内容丰富、形式多样并适合老年消费者的文化活动。通过形成良好的文化公共服务空间,满足老年人不断增长的文化消

费需求。

#### (五) 开发适合老年消费者的文化产品和服务

老年消费者是个特殊的人群,他们的文化消费需求是多种多样的,但目前适合老年消费者的文化产品和服务内容老化、形式单一、精品少,文化产品和服务的数量与质量无法满足老年消费者的实际需要,缺乏对老年消费者的吸引力。因此,在扩大文化产品和服务的规模的同时,更应该注重文化产品和服务的市场细分,根据老年消费者这个受众群的特点、兴趣和需要,开发适合老年消费者的文化产品和服务,来满足老年受众群的文化消费需求。

#### (六) 合理规范老年人文化产品和服务的价格

老年文化产业市场运行机制尚未真正建立,文化产品服务价格体系未能真正形成,高价格的文化产品没有相应的质量和服务,价格上让老年消费者难以承受,内容上也无法吸引老年消费者。应该促进文化产品和服务价格体系的形成,通过市场调节机制运作,为老年人提供更多性价比高的享受型的文化消费产品与服务。并以政府为主导,以公益性文化单位为首,逐渐培养各种社会组织,特别是许多民间文化组织,让更多的民间力量参与到文化的无偿服务和低偿服务上,形成惠及老年人的公共文化服务体系。

#### (七) 扶持相关的老龄产业

老年人文化消费与其他产业是相辅相成的,比如养老服务产业、老年人文化教育产业,老年人的旅游产业,这些产业的发展滞后也使得老年人文化产业的发展受到制约。政府应当对这些领域给予政策扶持,构建有指导性和可操作性的政策制度,进行适当的税收减免,给予适当的优惠政策,使相关的老龄产业和老年人的文化产业共同发展、共同繁荣。

参考文献:

- [1] Alan Pifer, Lydia Bronte. Our Aging Society: Paradox and Promise [M]. New York: New York/London England W, 1986.
- [2] 柳思维. 市场经济条件下精神文化消费的特征[J]. 消费经济, 1994(3): 16-17.

- [3] Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste [M]. London: Routledge & Kegan Paul, 1984.
- [4] Tally Katz-Gerro, Sharon Raz, Meir Yaish. How do Class, Status, Ethnicity, and Religiosity Shape Cultural Omnivorousness in Israel? [J]. Culture Economics, 2009(33): 1-17.
- [5] Tak Wing Chan, Goldthorpe John H. The Social Stratification of Cultural Consumption: Some Policy Implications of a Research Project [J]. Culture Trends, 2007(10): 373-384.
- [6] Jordi Ercilia. The Consumption of Cultural Products: An Analysis of the Spanish Social Space [J]. Journal of Culture Economics, 2002(26): 115-138.
- [7] Victoria Ateea-Amestoy. Cultural Capital and Demand [J]. Economics Bulletin, 2007(26): 1-9.
- [8] Juan D, Montoro-Pons. Live and Prerecorded Popular Music Consumption [J]. Journal of Culture Economics, 2011(35): 19-48.
- [9] Concetta Castiglione, Davide Infante. Rational Addiction and Cultural Goods: The Case of the Italian Theatregoer [J]. Culture Economics, 2015, 40(2): 1-28.
- [10] Zieba M. Full-income and Price Elasticities of Demand for German Public Theatre [J]. Journal of Cultural Economics, 2009, 33(2): 85-108.
- [11] 欧翠珍. 文化消费研究述评[J]. 经济学家, 2010(3): 91-96.
- [12] 邓安球. 论文化消费与文化产业发展[J]. 消费经济, 2007(3): 16-19.
- [13] 陆立新. 农村居民文化消费影响因素的区域差异及动态效应分析[J]. 统计与决策, 2009(9): 81-83.
- [14] 刘恩猛. 浙江省城镇居民文化消费的实证分析[J]. 消费经济, 2012(5): 78-81.
- [15] 王俊杰. 基于面板数据的河南农村文化消费地区差异研究[J]. 地理经济, 2012(1): 37-40.
- [16] 李洪心, 高威. 中国人口老龄化对消费结构影响的灰色关联度分析[J]. 人口与发展, 2008(6): 67-72.
- [17] 包玉香, 李子君. 人口老龄化对山东省消费的影响研究[J]. 消费经济, 2012(1): 37-40.
- [18] 杨雪, 候力. 我国人口老龄化对经济社会的宏观和微观影响研究[J]. 人口学刊, 2011(4): 46-53.
- [19] 蔡昉. 通过改革避免“中等收入陷阱”[J]. 南京农业

- 大学学报: 社会科学版 2013(5): 1-8.
- [20] 胡鞍钢, 刘生龙, 马振国. 人口老龄化、人口增长与经济增长——来自中国省际面板数据的实证证据[J]. 人口研究 2012(3): 14-26.
- [21] Arellano, Bond. Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations [J]. Review of Economic Studies, 1991(58): 277-299.
- [22] Bond Stephen, Anke Hoeffler, Jonathan Temple. GMM Estimation of Empirical Growth Models [J]. CEPR Discussion Paper 2001, 159(1): 99-115.
- [23] Bond Stephen. Dynamic Panel Data Models: A Guide to Micro Data Methods and Practice [J]. Portuguese Economic Journal 2002(1): 142-162.
- [24] Ralf Dewenter, Michael Westermann. Cinema Demand in German [J]. Journal of Cultural Economics 2005, 29(3): 213-231.
- [25] Escard bu Villarroya. Who Buys Newspapers in Spain? An Analysis of the Determinants of the Probability to Buy Newspapers and of the Amount Spent [J]. International Journal of Consumer Studies 2009(33): 64-71.
- [26] Diniz S. Analysis of the Consumption of Artistic-cultural Goods and Services in Brazil [J]. Journal of Cultural Economics 2011(35): 1-18.

(责任编辑: 康兰媛)

## An Empirical Analysis of the Impact of China's Population Aging on Cultural Consumption: Examination of Provincial Panel Data from China

DAI Xiaofang, LI Zhen, LI Xing

(School of International Economics and Business, Nanjing University of Finance and Economics, Nanjing 210023, China)

**Abstract:** The expansion of cultural consumption is an important focus of economic expansion of domestic demand and structure adjustment. At present, China's aging trend is becoming increasingly prominent, which will undoubtedly have a significant impact on the adjustment of industrial structure. This paper empirically analyses the impact of population aging on cultural consumption on the basis of 1998—2012 China provincial panel data by the SYS-GMM method. The results show that aging is conducive to the improvement of the level of cultural consumption, which are also robust and effective after controlling other variables such as economic indicators, systems and population.

**Key words:** population aging; cultural consumption; generalized moment estimation