

住房价格对城镇居民休闲消费潜力的影响研究

■ 刘松 吉宇琴

摘要:休闲消费是满足居民美好生活需要的重要内容,其规模和结构极易受到住房价格的影响。通过构建多指标评价体系并采集1999—2020年面板数据,对我国城镇居民休闲消费潜力进行综合测度,进而实证研究住房价格对休闲消费潜力的影响。研究发现:(1)收入水平、生活成本、家庭资产、家庭负担、消费意愿和休闲供给是影响居民休闲消费潜力的主要因素。其中,住房价格通过财富效应、挤出效应和抵押品效应三种可能渠道产生影响。(2)住房价格正向影响城镇居民休闲消费潜力,表现出明显的财富效应和抵押品效应。然而,由于住房价格极具敏感性,同时居民消费心理有着复杂性、差异性和不稳定性,因此住房价格对休闲消费潜力的未来影响尚不明朗。(3)从区域比较结果来看,中部地区住房价格对城镇居民休闲消费潜力的影响相对较大。基于此,文章从住房政策调整、产业结构优化、居民消费引领和城市休闲建设等方面给出了进一步释放居民休闲消费潜力的政策建议。

关键词:休闲消费;消费潜力;住房价格;财富效应;挤出效应

【中图分类号】F590 doi:10.3969/j.issn.1674-7178.2023.02.008



开放科学(资源服务)标识码(OSID)

引言

当前,我国经济增长速率由高速转向中高速增长阶段,调结构和稳增长势在必行,充分发挥居民消费对经济增长的重要作用显得尤为迫切。休闲消费是人们在闲暇时间进行的休闲产品和

服务的消费活动,它具有明显的文化性、发展性和享受性属性^[1]。一般来说,休闲消费涵盖了休闲食品、衣物等满足生理需要的消费和体育、旅游等满足健康娱乐的消费。更重要的是,它还包含了知识技能学习活动等满足发展需要层次的消费以及满足精神需要层次的消费。根据国

【基金项目】国家社会科学基金一般项目“中国康养产业高质量发展的统计测度与政策优化研究”(22BTJ068)研究成果。

国家统计局发布的居民消费支出情况数据测算,我国城镇居民休闲消费快速增长,人均休闲消费支出由1998年的1515元上涨到2021年的11281元,增长了6.45倍。休闲消费潜力是指一定时期内为满足休闲需要而进行消费的潜在能力。不可否认,我国居民休闲消费的城乡差异和地区差异仍然明显,休闲消费潜力尚未得到全面释放。近年来,我国住房价格波动幅度极为明显,呈波动上升的趋势^[2],这会对居民休闲消费潜力产生何种影响,成为学界迫切需要研判的理论问题,在当前我国居民消费结构转型升级的关键时期也具有重要现实意义。

国外学者对于休闲消费的关注始于20世纪60年代,加里·贝克尔(Gary S. Becker)最早指出,所有休闲都含有某种消费,所有消费活动都含有某种休闲^[3]。20世纪90年代,休闲消费研究开始受到国内外学者的更多关注。一是休闲消费行为研究。经济学范畴包括休闲—消费决策选择^[4]、休闲—消费效用最大化检验^[5],社会学范畴涵盖休闲消费的动机和偏好^[6]、特征和趋势^[7]、体验和质量^[8]、能力和结构^[9]以及休闲消费理论模型构建^[10]。二是休闲消费影响因素识别。尹世杰较为全面地剖析了影响闲暇消费的因素^[11],更多的学者则是考察特定因素对休闲消费的影响^[12-13]。三是休闲消费与经济增长关系探讨。国外学者针对休闲和消费的外部性展开讨论和实证检验^[14],国内学者对休闲消费与经济增长的关系进行研究^[15]。在有关居民消费潜力研究的相关文献中,学者们侧重于从收入、投资、储蓄和消费的关系中探寻消费潜力释放的路径,认为居民短期消费行为呈现高度惯性,黏性信息下预防性动机挤出的消费支出不可忽略^[16]。通过削弱金融垄断、降低资产交易成本、大力发展普惠金融,能够有效释放居民消费潜力,实现“投资—消费”的良性扩张^[17]。休闲消

费能力尤其是相对支付能力是影响城镇居民休闲消费潜力的关键因素,但受到客观家庭负担和主观预防动机的约束和限制^[18]。可以看出,现有成果对于居民消费潜力的研究相对较少,尤其是休闲消费潜力的针对性考察鲜有涉及。基于此,本文通过采集1999—2020年统计数据,在借鉴消费潜力评价相关研究文献基础上,构建多指标评价体系以综合测度我国城镇居民休闲消费潜力状况,进而实证研究住房价格对休闲消费潜力的影响。

一、理论分析

从狭义上来讲,消费潜力指的是居民尚未开发的消费需求,然而,现实消费需求在某种程度上直接决定着消费潜力的最终水平。事实上,住房价格与居民消费呈现相反方向的变化,它们之间是否存在某种关联?进一步地,住房价格对休闲消费潜力存在何种影响?影响的过程和机制有哪些?这些问题迫切需要得到解答。一般而言,住房价格的上涨会带来三种后果,一是住房资产的增值,二是住房成本的增加,三是住房抵押价值的增大。这三种后果使得住房价格对休闲消费潜力的影响存在如下可能渠道(图1)。

1. 财富效应。住房价格借由对家庭财富的直接反映,间接影响居民休闲消费潜力。住房资产作为居民家庭重要的财富类型,对于居民消费表现出积极的“资产效应”,住房价格变化带来的家庭资产增减对居民休闲消费潜力呈现明显的“财富效应”。具体而言,一方面,住房价格通过影响居民休闲消费支出规模对休闲消费潜力发生作用。从现有文献来看,国外学者得到较为一致的结论,认为房价上涨带来的住房资产增值对居民消费具有较为显著的正向影

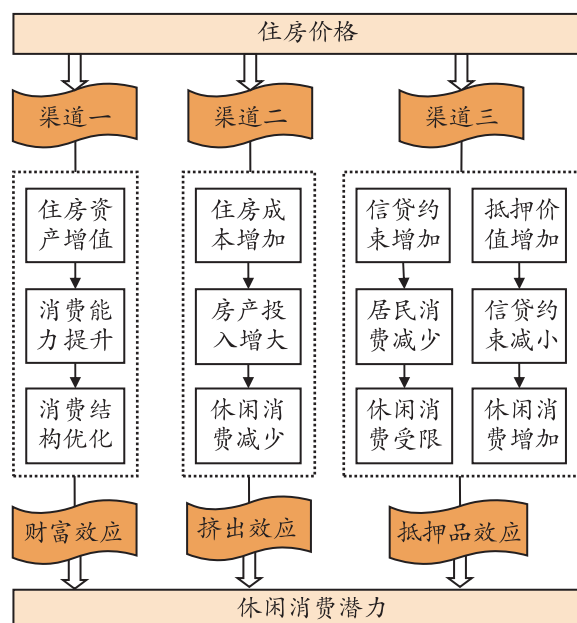


图1 住房价格影响休闲消费潜力的渠道

图片来源:作者自绘

响。然而国内学者的研究结论颇具争议性,不少研究认为房地产正负财富效应同时存在,整体来看,我国房地产财富效应为正^[19]。值得关注的是,研究发现房价上涨对居民休闲消费的财富效应更为明显^[20]。另一方面,住房价格通过影响居民休闲消费结构对休闲消费潜力产生作用。房价上涨带来居民家庭财富的增加,进一步促进居民消费的同时还影响着居民消费结构的变化和调整,更可能带来休闲消费内部结构的不断优化,进而激发居民休闲消费潜力。近年来,我国城市化进程不断推向深入,城镇居民收入的主要部分被用于购置房产,房价持续上涨使得居民家庭资产中的房产价值所占比例越来越大。此外,社会经济发展催生居民对生活质量的更高要求,这在很大程度上需要通过提升居民休闲消费的水平和质量予以满足。因此,房价上涨带来一系列连锁反应,对居民休闲消费潜力的影响呈现出明显的财富效应。

2. 挤出效应。房价上涨带来住房成本增

加,居民可能会选择减少休闲消费。这里存在两种情况:一方面,对于目前拥有住房的城镇居民来讲,他们可能会做出房价持续上涨的预期。考虑到住房与休闲消费的完全替代关系,消费者必将会选择增加购房投入而减少当期休闲消费,从而对休闲消费潜力产生负面影响。另一方面,对于没有住房的城镇居民而言,为购置新房,他们一般会选择储蓄,当期休闲消费的减少直接影响居民休闲消费潜力。房价上涨对城镇居民休闲消费潜力产生挤出效应,究其原因在于:第一,挤出效应在很大程度上是由居民消费的预算约束造成的。根据预防性储蓄理论,人们为了应付意料之外的未来开支会进行更多的储蓄,从而使得家庭消费有所收缩。房价上涨对于计划购房家庭的非耐用品消费具有明显的预算约束效应^[21]。第二,挤出效应会因城镇居民的消费替代和储蓄替代而形成。储蓄替代主要是对于计划购房家庭而言。由于房价上涨,该部分家庭很有可能依靠减少当期休闲消费以便在未来购买高价住房。消费替代体现在已有住房家庭方面。在房地产资产价格上涨的投资回报率较高的诱惑下,该部分家庭很有可能大幅增加购房支出比重,从而对居民休闲消费潜力产生挤出作用。

需要说明的是,由于房地产具有双重属性,财富效应和挤出效应体现出住房价格对休闲消费潜力“一体两面”的影响。当房地产被视为投资品时,因初始价格较低、投资收益率很高,持有者明显感受到资产增厚,因而休闲消费意愿增强,表现出财富效应。但随着价格升高、投资回报递减,房价继续上涨甚至将抑制居民休闲消费,从而表现为挤出效应。

3. 抵押品效应。住房价格变化带来房地产价值的增减,这使得城镇居民的资产负债表受到一定影响。抵押品效应的发生与城镇居民流

表1 城镇居民休闲消费潜力测度指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
休闲消费潜力	休闲消费能力	支付水平	工资性收入、经营净收入、财产净收入、转移净收入
		知识水平	在校大学生数、教育经费支出
	休闲消费支出	支出水平	人均消费支出、社会消费品零售总额
		支出结构	教育文化娱乐、交通通信、医疗保健、生活用品及服务、其他用品及服务、城镇居民家庭恩格尔系数
		设备支出	居民家庭年末彩色电视机拥有量、居民家庭年末家用汽车拥有量、居民家庭年末移动电话拥有量、居民家庭年末家用电脑拥有量
	休闲消费环境	经济环境	人均GDP、第三产业占GDP比重
		基础环境	城镇化率、公共图书馆数量、博物馆数量
		社会环境	养老保险参保人数、失业保险参保人数、基本医疗保险参保人数、每千人口医生数、每千人口医疗卫生机构床位数
		自然环境	建成区绿化覆盖率、人均公园绿地面积

资料来源：作者整理

动性约束直接相关。一般来讲,当存在流动性约束时,居民消费将会减少而居民储蓄相对增加。房地产属于质量较好且经常被优先选择的抵押品,当存在流动性约束时,居民可以通过住房抵押以解决流动性困境。对于实际拥有住房的家庭而言,在信贷约束偏松的情况下,房价上涨使得城镇居民通过抵押借款的方式获得更多消费贷款,休闲消费由此出现一定程度的扩大^[22],这对城镇居民休闲消费潜力产生较强的刺激作用。相反,如果房价大幅下降,银行可能出于风险管理的考虑要求住房拥有者提供更多的信贷保证,这将加大消费者的流动性约束^[23],从而对居民休闲消费潜力形成限制。当然,抵押品效应的强弱还要受制于抵押的价值和便利性^[24]。换句话说,抵押价值越高,则房地产变现能力越强,城镇居民流动性约束就越小,休闲消费潜力空间就越大。

二、方法、模型与变量

(一)测度方法

1.指标体系。休闲消费水平、休闲消费质

量、休闲消费能力、休闲消费意愿以及休闲消费潜力构成了休闲消费的概念体系。其中,休闲消费潜力是居民现实和潜在休闲消费需求的共时体现,它可以视为由休闲消费能力、休闲消费支出和休闲消费环境组成的综合系统。其中,休闲消费能力指的是居民进行休闲消费的能力和支付能力以及对休闲产品或服务的消化能力。它在一定程度上反映的是居民休闲活动中能消费、会消费的问题,由居民支付水平和知识水平予以表征。休闲消费支出反映的是居民休闲消费的显在需求,是居民休闲消费潜力的直观体现,由决定居民休闲消费行为习惯的“支出水平”、反映居民发展和享受型消费的“支出结构”以及包含居民主要耐用休闲消费品的“设备支出”组成。休闲消费环境指的是居民休闲消费面临的宏观社会经济背景以及休闲公共供给状况,在很大程度上决定休闲消费潜力的延展程度。考虑到数据的可获取性,本文尝试构建由3个一级指标、9个二级指标、30个三级指标构成的休闲消费潜力测度指标体系(表1),以综合反映和评估城镇居民的休闲消费潜力状况。

2.测度过程。首先,为消除数据量纲不同造

成的不利影响,需要对数据进行无量纲化处理。本文采用极差标准化方法对数据进行标准化,指标数据趋大时采用正向指标处理,指标数据趋小时采用负向指标处理。数据处理公式如下:

$$\begin{cases} X'_{ij} = (X_{ij} - \min X_{ij}) / (\max X_{ij} - \min X_{ij}) + 0.001 \\ X'_{ij} = (\max X_{ij} - X_{ij}) / (\max X_{ij} - \min X_{ij}) + 0.001 \end{cases} \quad (1)$$

式中, X_{ij} 为第*i*省市第*j*项指标的原始数据, $\min X_{ij}$ 和 $\max X_{ij}$ 分别为第*i*省市第*j*项指标的最小值和最大值。为避免标准化数据出现负值或零值以保证数据处理的有效性,在计算公式后整体加0.001。

其次,采用信息熵方法对休闲消费潜力各项指标进行权重赋值^[25]。熵值法是一种客观的赋权方式,它根据各变量信息载荷大小和数值的动态意义来确定权重,一定程度上能够减少主观因素带来的偏差。计算过程如下:

①计算第*i*省市第*j*项指标的比重: $P_{ij} = X'_{ij} / \sum_{i=1}^m X'_{ij}$;

②计算每一指标的信息熵: $E_j = -K \times \sum_{i=1}^m (P_{ij} \times \ln P_{ij})$;

③计算信息熵的冗余度: $D_j = 1 - E_j$;

④计算指标权重: $W_j = D_j / \sum_{j=1}^n D_j$ 。

其中, m 为省市个数, n 为指标数, $K = 1/\ln m$ 。

最后,根据指标权重及标准化数据计算休闲消费潜力综合测度指数。函数形式如下:

$$F(lcp) = \left(\sum_{i=1}^m W_j \times X'_{ij} \right) \times 100 \quad (2)$$

式中, X'_{ij} 为第*i*省市第*j*项指标的标准化值, W_j 代表指标权重。

(二)计量模型

本文重点关注住房价格对城镇居民休闲消费潜力的影响,设定基准回归模型如下:

$$lcp_{it} = \beta_0 + \beta_1 \times house_price_{it} + \delta \times X_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

其中,下标*i*表示省市,*t*表示年份;*lcp*表示城镇居民休闲消费潜力,*house_price*代表住房价格。*X*是一组控制变量, ε 为误差项。

在城镇居民休闲消费潜力影响分析框架中,居民收入水平和家庭固定资产为居民休闲消费潜力提供物质条件和重要基础,居民生活成本和家庭负担变化对居民休闲消费潜力产生多元化和差异化影响,居民休闲消费意愿在主观层面通过制约和影响休闲消费规模和结构对休闲消费潜力施加作用,休闲消费环境和社会保障水平等外部因素则间接影响居民休闲消费潜力。从供给角度来讲,城市休闲供给水平是城镇居民休闲消费的必要条件和基本门槛,一定程度上决定着休闲消费潜力的上限。因此,本文引入如下控制变量:

1.人均可支配收入(*disp_income*)。人均可支配收入是城镇居民持久收入的重要指标和主要组成部分,它代表着城镇居民进行休闲消费的“购买力”,直接决定着休闲消费水平及潜力。

2.固定资产价值。本文主要将住房资产价值(*value_house*)纳入分析。住房资产价值反映了城镇居民的家庭财富水平。财富水平除了关系到休闲消费购买力之外,还关系到休闲消费的意愿和习惯,进而对休闲消费潜力产生影响。

3.家庭负担水平。人口年龄结构在很大程度上影响着一个社会的消费总量和结构。同时,人口年龄结构调整带来的家庭负担变化是影响休闲消费潜力的关键因素。本文采用少儿抚养比(*chi_ratio*)和老年抚养比(*old_ratio*)作为代理变量。

4.社会保障水平。以社会保障支出占政府财政支出比重(*sse_ratio*)来反映城市社会保障水平。社会保障制度的日益完善和社会保障水平的不断提高,能够为城镇居民休闲消费免除

后顾之忧和创造必要条件,一定程度上能够增强居民消费的信心,进而影响休闲消费潜力的变化。

5. 休闲供给水平。供给和需求分处产业发展的两端,两者相辅相成、互相促进。城镇居民休闲消费受到来自休闲供给水平的直接影响,因而休闲供给水平与城镇居民休闲消费潜力密切相关。一般来讲,休闲产业被列入第三产业的范畴,产业结构升级能够体现休闲供给水平的改善,因此本文以第三产业占比(*indus_ratio*)反映城镇休闲供给水平。

6. 休闲消费意愿。作为一项主观指标,城镇居民休闲消费意愿的测量存在一定困难。在遵循数据代表性和可得性原则下,本文选择休闲消费增长率(*lcg_ratio*)作为代理变量。城镇居民各期休闲消费的变化,从侧面反映和预示着休闲消费的意愿程度,进而从主观层面对休闲消费潜力产生重要影响。

7. 休闲消费环境。这里用居民消费价格指数(*cpi*)予以表示。居民消费价格指数是反映与居民生活有关的消费品及服务价格水平变动情况的重要宏观经济指标。一方面,居民消费价格指数能够通过影响实际收入水平引起休闲消费购买能力的变化;另一方面,居民消费价格指数还能够间接影响资本市场(如股票市场、期货市场、资本市场、金融市场),从而对休闲消费投入量和潜力发挥作用。

在参考已有研究文献以及考虑数据可得性的基础上,本文还引入其他控制变量,包括受教育水平(*education*)、城镇化水平(*urbanization*)、政府支出比重(*gov_gdp*)和收入分配状况(城乡收入比,*income_ratio*)等。其中,采用教师数与学生数之比作为受教育水平的代理变量^[26]。

(三)数据来源

本文所涉及的变量数据来源情况如下:休

闲消费潜力由前文综合测度得到;住房价格、住房资产价值数据主要采集自1999—2020年《中国房地产统计年鉴》中的商品房平均销售价格和商品住宅销售额;其他控制变量数据均来自1999—2020年《中国统计年鉴》《中国城市统计年鉴》、中国经济社会发展统计数据库、各省市统计年鉴以及相关行政管理部门公开出版或官方网站发布的统计数据,部分变量数据经计算得到。

三、实证研究

(一)测度结果分析

测度结果(表2)显示,我国城镇居民休闲消费潜力变化大致经历了以下三个阶段:

1. 潜力初显期(2006年以前)。此阶段我国城镇居民休闲消费潜力整体而言仍然偏低,主要原因在于:一是从宏观经济政策导向来看,我国仍采取以投资、出口为主的经济增长方式;二是我国经济发展和居民收入水平还远不能为休闲消费的快速提升提供全面和强有力的支撑;三是休闲基础设施、产品和服务供给仍显不够,全社会休闲氛围的营造亟须加强。

2. 快速提升期(2006—2010年)。此阶段我国城镇居民休闲消费潜力明显提升。一方面,伴随扩大内需战略的进一步落实,消费在国民经济中的地位日益突出。我国居民消费率有所提高,形成消费、投资、出口协调拉动的经济增长格局。另一方面,我国人均GDP持续增长,休闲消费支付能力显著增强,与发达国家的差距在逐步缩小。

3. 平稳增长期(2011年至今)。此阶段我国城镇居民休闲消费潜力总体上仍在不断增长,原因如下:第一,加快转变经济增长方式,大力发展包括休闲产业在内的现代服务业,是近年

表2 我国各地区城镇居民休闲消费潜力测度结果

	1998年	2001年	2006年	2011年	2016年	2019年
安徽	25.72	27.56	42.24	46.03	54.01	56.78
北京	49.75	54.54	68.82	58.53	60.59	66.33
福建	28.84	28.41	36.86	45.35	53.67	57.93
甘肃	12.36	13.27	16.89	13.56	17.24	18.58
广东	56.74	58.90	68.62	70.46	58.48	61.70
广西	20.93	20.79	22.01	28.76	19.72	23.63
贵州	11.75	11.99	15.10	17.16	19.89	21.01
海南	17.84	17.31	29.88	31.16	40.49	41.30
河北	21.50	20.21	28.70	29.05	28.55	29.42
河南	19.23	19.13	27.46	29.96	30.04	32.80
黑龙江	13.79	14.06	21.79	20.85	18.35	22.40
湖北	21.82	20.82	28.94	28.56	26.57	29.75
湖南	22.79	25.29	29.55	29.04	30.19	32.78
吉林	11.26	13.30	21.95	22.56	17.73	21.84
江苏	31.87	31.94	50.42	55.48	54.78	59.60
江西	14.60	12.79	21.30	25.17	23.65	27.16
辽宁	24.13	22.79	32.47	31.98	30.38	33.08
内蒙古	13.66	13.95	23.84	30.11	27.27	31.29
宁夏	10.52	12.21	14.73	17.46	17.90	20.15
青海	13.05	12.43	14.04	12.38	17.50	20.83
山东	28.33	29.41	43.17	45.24	45.75	49.07
山西	15.67	14.94	22.97	20.88	20.72	24.94
陕西	17.37	16.58	23.66	27.09	22.60	26.94
上海	45.79	52.00	63.25	63.61	59.73	63.02
四川	24.00	24.34	29.81	32.19	32.73	34.44
天津	28.02	29.04	35.48	38.87	32.80	35.94
西藏	5.30	9.00	13.71	16.81	15.90	20.58
新疆	16.92	15.58	18.52	18.16	21.57	25.14
云南	22.84	21.85	24.79	27.54	23.25	26.25
浙江	36.80	44.17	61.74	61.21	55.92	61.65
重庆	20.93	20.18	25.68	26.90	35.93	38.69

注:1.由于港澳台地区数据不全,未在此列入;2.限于篇幅,表格仅给出了1998、2001、2006、2011、2016和2019年的测度结果。

来国家扩大内需战略实施的重点。在居民消费呼声日渐高涨的社会背景下,休闲消费稳步增长是必然趋势。第二,经济快速增长和收入水平不断攀升为居民休闲消费扩张注入持续动力。2015年我国人均GDP接近8000美元,2016年有9个省市超过1万美元,增长速度可见一

斑。各地区不断加大旅游休闲产业发展投入,为扩大居民休闲消费提供了基础和条件。

(二)模型检验与参数估计

本文采用面板数据模型分析住房价格对城镇居民休闲消费潜力的影响。通过统计检验可以判断和选择数据模型的分析类型。在混合回

表 3 全样本估计结果

解释变量	模型(1)	模型(2)	模型(3)	模型(4)
<i>house_price</i>	0.662*** (0.079)	0.678** (0.062)	0.188** (0.078)	0.176** (0.070)
<i>chi_ratio</i>	-0.480*** (0.041)	-0.429*** (0.044)	-0.426*** (0.054)	-0.152*** (0.047)
<i>old_ratio</i>	0.336*** (0.109)	0.999*** (0.205)	0.358** (0.188)	0.802*** (0.168)
<i>disp_income</i>		0.167*** (0.058)	0.118** (0.056)	0.213*** (0.075)
<i>value_house</i>		0.438** (0.171)	0.586*** (0.184)	0.438** (0.188)
<i>lcg_ratio</i>			0.137*** (0.018)	0.120*** (0.018)
<i>cpi</i>			0.156* (0.086)	0.045 (0.086)
<i>sse_ratio</i>			0.098 (0.069)	0.021 (0.067)
<i>gov_gdp</i>				0.255* (0.167)
<i>indus_ratio</i>				0.551** (0.216)
<i>education</i>				0.144** (0.096)
<i>urbanization</i>				0.329*** (0.097)
<i>income_ratio</i>				2.664*** (0.754)
_cons	35.527*** (12.130)	36.217*** (12.114)	19.952** (9.440)	5.991 (10.830)
R ²	0.519	0.542	0.564	0.613
N	555	551	519	512

注:*显著水平在 10% 以下,**显著水平在 5% 以下,***显著水平在 1% 以下,括号内为标准误。

归模型和固定效应模型选择中,一般采用 F 统计量检验,若 F 统计量大于临界值,则拒绝原假设,认为应选择固定效应模型。在固定效应模型和随机效应模型的选择中,一般采用豪斯曼检验(Hausman test),若豪斯曼检验值大于临界值,则拒绝原假设,认为应选择固定效应模型。

经检验可知,上述计量模型固定效应回归

结果的 F 统计量为 118.52(p=0.0000),表明固定效应回归要优于混合回归;Hausman 检验的 p 值为 0.0000,表明固定效应回归要优于随机效应回归。因此,本文使用固定效应回归模型对全样本进行分析,回归结果如表 3 所示。模型(1)为包含住房价格和人口年龄结构变量的回归结果。模型(2)和模型(3)分别为依次加入人均可

支配收入、固定资产价值,以及休闲消费意愿、休闲消费环境、社会保障水平等控制变量的回归结果。模型(4)为在模型(3)基础上加入政府支出比重、休闲供给水平、受教育水平、城镇化水平和收入分配状况等控制变量的回归结果。

由表3的回归结果可以看出,依次加入控制变量后,尽管住房价格对城镇居民休闲消费潜力的影响系数有所减小,不过影响方向并未发生变化,且均在1%、5%或10%的显著性水平上通过检验。住房价格对城镇居民休闲消费潜力的影响系数为正,也就是说,伴随房价上涨,城镇居民休闲消费潜力得到相应提升。结合前述住房价格对休闲消费潜力影响渠道的分析,本文认为中国近三十年的住房价格具有较为明显的财富效应和抵押品效应。但是需要指出的是,仍然不能排除和避免挤出效应的存在,仅说明财富效应或抵押品效应较挤出效应更为突出。

模型(4)结果显示,住房价格对提高城镇居民休闲消费潜力的影响相对较小。住房价格每上升1个百分点,休闲消费潜力提高0.176个百分点。分析原因认为:目前我国房地产市场仍不够稳定,住房价格持续上扬使得城镇居民的不可预期心理和谨慎消费行为更加凸显,这在一定程度上对城镇居民休闲消费潜力产生抑制作用。然而,我国长期以来经济社会相对稳定和繁荣,居民对于未来生活有着更好的预期,加上现代休闲时尚文化对城镇居民消费观念形成冲击,使得居民休闲消费潜力朝着积极方面发展。需要说明的是,挤出效应与财富效应、抵押品效应“此消彼长”,住房价格对休闲消费潜力的积极影响仍局限在相对较小范围。

在控制变量对城镇居民休闲消费潜力的影响方面,少儿抚养比的影响为负。家庭对子女人力资本投入持续加大,在很大程度上压缩了

未来休闲消费潜力的空间,同时,子女数量增加强化了居民谨慎消费心理,对当期休闲消费产生负向影响。老年抚养比的影响为正。休闲产业的发展和休闲氛围的营造创设了更为优越的休闲消费外部条件,加上老年群体自身具备休闲消费时间和金钱的保障,因此休闲消费潜力有所增大。人均可支配收入正向影响城镇居民休闲消费潜力,充分表明居民收入是重要基础和保证。住房资产价值影响为正,表现出较为明显的财富效应。休闲消费意愿影响为正,说明居民休闲消费行为具有惯性。社会保障水平、政府支出比重目前存在较小正向影响,休闲供给水平具有较大积极影响,表明休闲消费潜力提升仍然以供给端的休闲供给为依托。受教育水平影响为正,说明休闲消费潜力在很大程度上会随着社会文明程度的进步而不断提高。城镇化水平尤其是城乡收入比对休闲消费潜力产生较大正向影响,均表明城镇发展和城镇化进程对居民休闲消费潜力具有促进作用。

从上述分析中也不难得出提示性结论:由于我国住房价格对于其他经济因素的反应较为敏感,同时在房价波动下城镇居民的消费心理具有一定复杂性、差异性和不稳定性,因此住房价格对城镇居民休闲消费潜力的未来影响尚不明朗。但是就目前状况而言,住房价格对城镇居民休闲消费潜力影响的财富效应较挤出效应体现更为明显。

(三)稳健性检验

为进一步检验上述实证结论的可靠性,本文做了如下估计:①对城镇居民休闲消费潜力测度指标体系各变量数据提取主成分,以此替换被解释变量进行重新估算,结果如表4模型(5)所示。②样本分组回归分析。依据大多数研究文献有关区域的划分方法,本文将我国除港澳台地区外的31个省、自治区和直辖市按照

表 4 稳健性检验

解释变量	模型(5)	模型(6)			模型(7)
	主成分替换 被解释变量	东部地区	中部地区	西部地区	动态 GMM
<i>house_price</i>	0.055** (0.028)	0.297*** (0.0678)	1.163** (0.044)	0.496*** (0.067)	0.065** (0.032)
<i>L.lcp</i>					0.887*** (0.038)
<i>chi_ratio</i>	0.409*** (0.041)	-0.346** (0.152)	-0.172** (0.079)	-0.522*** (0.0900)	0.323*** (0.096)
<i>old_ratio</i>	0.808*** (0.189)	0.428** (0.210)	0.426*** (0.260)	0.132** (0.217)	0.293* (0.158)
<i>disp_income</i>	0.125** (0.056)	0.197*** (0.035)	0.620*** (0.188)	0.379*** (0.120)	0.158** (0.074)
<i>value_house</i>	0.584*** (0.204)	0.125*** (0.011)	0.898*** (0.058)	0.132** (0.067)	0.542** (0.213)
<i>lcp_ratio</i>	1.359*** (0.030)	0.183*** (0.034)	0.152*** (0.054)	0.099* (0.051)	1.254*** (0.027)
<i>cpi</i>	1.052* (1.014)	-0.020 (1.956)	0.011 (1.338)	0.104 (1.144)	0.958 (1.049)
<i>sse_ratio</i>	0.027 (0.061)	0.263* (0.160)	0.305* (0.185)	0.754*** (0.127)	0.063 (0.041)
<i>gov_gdp</i>	0.001 (0.006)	0.127** (0.054)	0.283** (0.026)	0.072 (0.067)	0.050 (0.039)
<i>indus_ratio</i>	0.022*** (0.008)	0.735*** (0.199)	1.555** (0.783)	0.282** (0.107)	0.373** (0.119)
<i>education</i>	0.142** (0.058)	1.889** (0.907)	0.999** (0.419)	0.209* (0.186)	0.936** (0.044)
<i>urbanization</i>	0.415*** (0.081)	0.360*** (0.082)	0.435*** (0.117)	0.157* (0.099)	0.389*** (0.079)
<i>income_ratio</i>	2.066*** (0.622)	0.329** (0.115)	2.182** (0.891)	3.657*** (0.859)	2.623*** (0.569)
_cons	43.765*** (12.756)	21.053** (10.995)	26.757** (10.214)	25.280** (12.980)	37.148** (16.620)
R ²	0.538	0.673	0.744	0.599	0.323
N	512	184	136	192	512

注:*显著水平在 10% 以下,**显著水平在 5% 以下,***显著水平在 1% 以下,括号内为标准误。

东部地区 11 个省(市)、中部地区 8 个省、西部地区 12 个省(区、市)进行分组,然后对各区域分别进行回归以检验模型的稳健性,结果如表 4 模型(6)所示。上述估算均显示,住房价格的回归系

数显著为正,因此可以说明实证结论具有可靠性。

分区域回归结果显示,中部地区住房价格对城镇居民休闲消费潜力的影响系数相对较

大。具体而言,住房价格每上升1个百分点,城镇居民休闲消费潜力提高1.163个百分点。在其他控制变量方面,东部地区老年抚养比影响系数较大,西部地区少儿抚养比影响系数较大。东部和中部地区休闲供给水平、受教育水平、城镇化水平和收入分配状况对休闲消费潜力影响较大,人均可支配收入和住房资产价值的影响在中部地区体现较为明显,西部地区人均可支配收入、社会保障水平和收入分配状况的影响系数相对较大。分析认为,居民收入水平是休闲消费潜力的基础条件,住房资产价值对于休闲消费潜力提升具有促进作用,然而城市休闲供给水平、居民个体特征和城乡互动是决定休闲消费潜力进一步提升的关键因素。我国东、中、西部社会经济发展水平大致呈现依次递减态势,休闲消费潜力具有类似特征,因此各因素对不同地区休闲消费潜力的影响程度存在一定差异。具体而言,居民收入水平对西部地区城镇居民休闲消费潜力影响更大,家庭财富多寡对中部地区的影响较为突出,而休闲供给水平和居民个体特征的影响在东部和中部地区体现更为明显。

由于被解释变量与解释变量之间存在可能的双向因果关系,因而容易产生内生性问题。处理这种内生性问题的常用做法是寻找工具变量。大多数文献将解释变量的滞后一阶指标作为工具变量,该工具变量与解释变量相关,同时又不受被解释变量的当期影响。另外,考虑到住房价格对休闲消费潜力并不一定是当期的影响,这种影响可能具有一定时间滞后性。因此,本文还采用系统GMM方法对模型(4)进行重新估算。经估算,sargan检验p值为0.0685,可以在5%水平上接受所有工具变量都有效的假设,估算结果如表4模型(7)所示。不难看出,加入被解释变量的滞后一期作为解释变量后,估算

结果并没有发生本质性变化。

四、结论与建议

住房是城镇居民的重要消费品之一,在当前我国居民消费结构转型升级趋势下,住房消费与休闲消费呈现复杂的微妙关系。近年来我国住房价格出现较大波动,这对居民休闲消费无疑会产生重要影响。基于此,本文通过采集1999—2020年面板数据,在借鉴消费潜力评价研究成果基础上,构建多指标评价体系以综合测度我国城镇居民休闲消费潜力状况,进而实证研究住房价格对休闲消费潜力的影响。主要结论为:(1)居民收入水平、居民生活成本、家庭固定资产、居民家庭负担、休闲消费意愿和城市休闲供给是影响城镇居民休闲消费潜力的主要因素。其中,住房价格通过财富效应、挤出效应和抵押品效应三种可能渠道对休闲消费潜力产生影响。(2)住房价格正向影响城镇居民休闲消费潜力,表现出明显的财富效应和抵押品效应。进一步分析认为,由于住房价格极具敏感性,同时城镇居民消费心理有着一定复杂性、差异性和不稳定性,住房价格对休闲消费潜力的未来影响尚不明朗。(3)从区域比较结果来看,中部地区住房价格对城镇居民休闲消费潜力的影响相对较大,其他因素对休闲消费潜力产生差异化影响。

基于上述研究结论,为进一步释放城镇居民休闲消费潜力,建议如下:

1. 科学界定休闲消费支出内容,加强居民休闲消费统计工作。居民休闲消费涉及层面较广,需要从宏观、中观和微观多重角度去审视和解读。加强居民休闲消费引导,不断完善居民休闲消费环境,培养居民休闲消费的理念和习惯,营造消费者“想消费、敢消费”的市场氛围。

建议将居民休闲消费调查纳入统计工作计划,开展居民休闲消费的入户微观调查,并使之常态化。

2. 合理引导居民住房消费,避免对休闲消费需求过度挤压。一是要提高“住有所居”的住房保障水平,树立居民恰当的住房消费理念。政府在健全廉租房制度、解决城市低收入家庭住房困难的基础上,建立适应全体居民需求的多层次住房保障体系,鼓励无房者通过信贷消费来计划性购房,以此释放居民休闲消费潜力;鼓励有房者通过抵押贷款方式获取流动性资金,为发挥住房财富效应创造有利条件。二是要适时调整房地产政策,规避房价过快上涨对居民休闲消费的负面影响。可以鼓励小户型住房消费和适当限制大户型住房需求,为居民休闲消费留出更大空间。采用税收等手段区别对待居民购房需求,限制投机性购房行为,淡化房地产资本品属性,从而引导居民的休闲消费转向。

3. 运用多元化政策机制,充分发挥住房财富效应。一是在货币政策方面,有效利用利率对住房价格的调节作用,防止住房价格过度上涨。二是在财政政策方面,通过调控政府财政支出和运用房产税手段稳定房价。三是在金融政策方面,不断完善住房金融市场,丰富住房权益变现工具,增强住房资产收益的可获得性。适当增加信贷规模以减小流动性约束,进而发挥住房财富变化对休闲消费的促进作用。此外,还应加强经济型住房、保障性住房等的建设和落实,在保证我国房地产市场活跃前提下,实现居民消费结构的合理化,进而推动居民以休闲消费为主的转型升级。

4. 客观审视地区差异性,全力推进区域间协调发展。一是在城市群规划建设和区域合作一体化发展过程中,在国家消费促进和结构转

型背景下,居民休闲消费的协调互动应纳入考量并形成实效。二是在制定房地产政策、社会保障制度以及落实人口政策、城镇化发展规划中,要实现地区间的沟通和协调、借鉴和参考。地区间应在政策制定前加强沟通,政策实施中加强协调,实现区域一体化发展,以此共同促进居民消费结构的转型升级和地区经济的持续增长。

参考文献:

- [1] 刘松、王清德、楼嘉军:《台湾居民休闲消费潜力综合测度及系统评估研究》[J],《世界地理研究》2023年第1期,第141-149页。
- [2] 张扬、蔡真:《中国住房市场走势再分析》[J],《经济管理》2014年第11期,第103-112页。
- [3] Gary S. Becker, “A Theory of the Allocation of Time” [J], *Economic Journal*, 1965(9): 493-517.
- [4] Aylin Seckin, “Consumption-Leisure Choice With Habit Formation” [J], *Economics Letters*, 2001(1): 115-120.
- [5] Kerry D. Patterson, “A Non-Parametric Analysis of Personal Sector Decisions on Consumption, Liquid Assets and Leisure” [J], *Economic Journal*, 1991, 101(9): 1103-1116.
- [6] Adrian Pritchard and Husni Kharouf, “Leisure Consumption in Cricket: Devising a Model to Contrast Forms and Time Preferences” [J], *Leisure Studies*, 2016, 35(4): 438-453.
- [7] Kyo-nam Han, Beom-Soo Han, “Changes in Distinction of Leisure Consumption Between Social Classes” [J], *Journal of Tourism Sciences*, 2012, 36(9): 197-219.
- [8] Chun Kuang, “Does Quality Matter in Local Consumption Amenities? An Empirical Investigation With Yelp” [J], *Journal of Urban Economics*, 2017, 100(2): 1-18.
- [9] 楼嘉军、马红涛、刘润:《中国城市居民休闲消费能力测度》[J],《城市问题》2015年第3期,第86-93页。
- [10] 郭鲁芳:《休闲消费的经济分析》[J],《数量经济技术经济研究》2004年第4期,第12-21页。
- [11] 尹世杰:《闲暇消费论》[M],中国财政经济出版社,

2007年,第86-90页。

[12] 王琪延、侯鹏:《节假日与休闲消费关系研究——兼论我国假日制度改革》[J],《北京社会科学》2012年第1期,第15-21页。

[13] Donghee Kim and Soocheng Jang, "Symbolic Consumption in Upscale Cafés: Examining Korean Gen Y Consumers' Materialism, Conformity, Conspicuous Tendencies, and Functional Qualities" [J], *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 2017, 41(2): 154-179.

[14] Manuel A. Gómez, "Consumption and Leisure Externalities, Economic Growth and Equilibrium Efficiency" [J], *Scottish Journal of Political Economy*, 2008, 55(2): 227-249.

[15] 周文丽、李世平:《基于凯恩斯消费理论的旅游消费与收入关系实证研究》[J],《旅游学刊》2010年第5期,第33-38页。

[16] 宋明月、臧旭恒:《不确定性、粘性信息的叠加效应与我国农村消费潜力释放》[J],《经济评论》2018年第3期,第129-141页。

[17] 贺洋、臧旭恒:《家庭财富、消费异质性与消费潜力释放》[J],《经济学动态》2016年第3期,第56-66页。

[18] 刘松、楼嘉军:《上海市城镇居民休闲消费潜力测度及评价》[J],《城市问题》2019年第4期,第88-95页。

[19] 周守亮、赵彦志:《房地产财富效应的地区差异研究——基于面板数据的协整估计》[J],《经济管理》2015年第9期,第103-110页。

[20] 李剑:《住房资产、价格波动与我国城镇居民消费行为——基于传导渠道的分析》[J],《财经研究》2015年第8

期,第90-104页。

[21] 陈训波、钟大能、李婧:《房价上涨对我国城镇居民消费的影响——基于城镇家庭跟踪调查的研究》[J],《西南民族大学学报(人文社科版)》2017年第9期,第140-145页。

[22] 陈健、陈杰、高波:《信贷约束、房价与居民消费率——基于面板门槛模型的研究》[J],《金融研究》2012年第4期,第45-57页。

[23] 黄静、屠梅曾:《房地产财富与消费:来自于家庭微观调查数据的证据》[J],《管理世界》2009年第7期,第35-45页。

[24] 刘旭东、彭徽:《房地产价格波动对城镇居民消费的经济效应》[J],《东北大学学报(社会科学版)》2016年第2期,第143-151页。

[25] 张广海、赵韦舒:《我国城镇化与旅游化的动态关系、作用机制与区域差异——基于省级面板数据的PVAR模型分析》[J],《经济管理》2017年第11期,第116-133页。

[26] 陆铭:《空间的力量——地理、政治与城市发展》[M],格致出版社、上海人民出版社,2013年,第106页。

作者简介:刘松,常州工学院院长三角文旅休闲产业研究院研究员、经济与管理学院副教授。吉宇琴,常州工学院经济与管理学院讲师。

责任编辑:卢小文