

# 收入、休闲时间对休闲消费的影响研究

王琪延, 韦佳佳

(中国人民大学统计学院, 北京 100872)

**[摘要]**文章基于2011年和2016年北京市居民生活时间分配调查数据,着重从休闲时间和收入2个角度探讨其对休闲消费的影响。统计描述发现,高收入群体休闲时间短,休闲消费水平高,呈现出匆忙休闲消费的特点;收入较低群体休闲时间长,但休闲消费水平偏低。分位数回归模型分析结果表明,对于高收入群体,收入对休闲消费的正向影响在逐年减弱,但对于低收入群体,这一正向作用在逐年增强。休闲时间对于休闲消费的影响既存在正向拉动作用,同时也有负向抑制作用。增加收入高群体的休闲时间能有效拉动休闲消费;而过多的休闲时间由于不能转化为有效休闲,抑制了低收入群体的休闲消费,但这一负向效应程度正逐渐减弱。

**[关键词]**休闲时间;收入;休闲消费;分位数回归模型;北京

**[中图分类号]**F59

**[文献标识码]**A

**[文章编号]**1002-5006(2018)10-0107-10

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2018.10.016

## 引言

随着我国劳动生产率的不断提高,工作时间大幅缩短,2016年北京市居民周平均每日工作时间为6小时2分钟,与30年前相比,减少了1小时45分钟<sup>[1]</sup>。假日制度的改革,使得年国民休假天数由30年前的59天,增加到如今的115天,加之根据2015年人力资源和社会保障部调查显示,全国带薪休假落实率达到50%<sup>[1]</sup>,居民休闲时间大幅增加。2016年居民人均可支配收入23 821元,是30年前的32

倍,扣除物价因素影响,年均增长12.3%。伴随休闲意识的不断提高,休闲消费日益增多,休闲消费占居民消费支出的比重也在逐渐增大,2015年教育文化娱乐人均消费1723元,占人均消费支出的11.0%,而30年前这一比重仅为0.34%<sup>[2]</sup>。我国居民生活方式和消费结构在发生着重大的变化,休闲消费已成为人们日益增长的美好需要。我国目前经济发展进入新常态,消费对于经济的拉动作用愈发明显,休闲消费占居民消费的比重越来越大,将会成为推动社会消费力增长的主要部分。因此,有必要探讨影响居民休闲消费的因素,为提升居民休闲消费水平、我国休闲政策的制定献计献策。

休闲消费是物品和时间结合产生效用的过程<sup>[2]</sup>。休闲消费需要以休闲时间为前提,否则即使有休闲欲望和需求能力,休闲需求也不能转换为有效需求<sup>[3]</sup>。从这一角度看,收入和休闲时间都是影响休闲消费的关键因素。国外也有许多研究表明,收入和休闲时间都显著影响着居民休闲消费支出<sup>[4-5]</sup>。但随着我国居民收入和休闲时间的增加,在休闲消费群体内部逐渐出现了“有钱无闲”和“有闲无钱”两类群体,根据本课题组调查数据显示,高收入群体的年休闲时间为1554小时,比低收入群体少1655小时,但前者的休闲消费水平是后者的1.56倍。在不同群体中,收入和休闲时间对休闲消费的影响出现了差异化。本文将重点从收入和休闲时间的角度探讨这两个关键因素对休闲消费的影响。

## 1 文献综述

休闲消费是指休闲时间进行的休闲产品(物质的和精神的)消费活动。广义上,休闲消费包括4个

**[基金项目]**本研究受国家社会科学基金重点项目“促进中国休闲产业转型升级研究”(17ATJ003)资助。[This study was supported by a grant from the National Social Science Foundation of China (to WANG Qiyuan) (No. 17ATJ003).]

**[收稿日期]**2017-07-03; **[修订日期]**2017-09-19

**[作者简介]**王琪延(1959—),男,河北衡水人,博士,教授,博士生导师,研究方向为休闲经济,E-mail: qiyuan3566@aliyun.com; 韦佳佳(1992—),女,广西南宁人,博士研究生,研究方向为社会经济统计,E-mail: weijiajiacau@163.com,通讯作者。

① 数据来源:王珂,唐德. 人社部调查:目前带薪休假的落实率仅有50% [EB/OL]. <http://politics.people.com.cn/n/2015/0727/c100127363789.html>, 2015-07-27.

② 数据来源:国家统计局. 2016年中国统计年鉴[M].北京:中国统计出版社,2016.

层次:第一是满足生理需要层次的消费,例如为了休闲,在日用商品、食物、衣物等方面的支出。第二是满足健康娱乐层次的消费,例如体育活动、旅游活动、个人爱好需要、家庭娱乐耐用消费品、享受型的服务体验等方面的支出。第三是满足发展需要层次的消费,例如图书、技能知识的学习活动等方面的支出。第四是满足精神需要层次的消费,例如献爱心等公益活动、赠送礼品等情感领域的消费。

休闲消费影响因素的研究一直是国外学者关注的热点。许多研究发现,收入是影响休闲消费的决定性因素<sup>[6-9]</sup>。Thompson和Tinsley是首要研究休闲消费影响因素的学者,他们检验了休闲消费的弹性系数,发现在不同收入水平下,休闲消费与收入都呈现出正相关<sup>[8]</sup>。Dardis等、Zheng等分别利用美国1988—1989年、2006年CES数据采用Tobit模型进行研究,也得出上述结论<sup>[9-10]</sup>。关于休闲时间对休闲消费影响的实证研究,Aguiar等、Silvia等认为,休闲时间的不平等反映了休闲消费的不平等,受教育程度高群体休闲时间短,但是该群体会通过炫耀性休闲消费获得效用,而受教育程度低群体休闲时间长,但因为收入水平较低导致休闲消费货币支出也相应较低<sup>[11-12]</sup>。其他影响居民休闲消费的因素有年龄、性别、婚姻状况、家庭拥有的小孩子个数、受教育程度、职业、种族等<sup>[4-6, 13]</sup>。这些研究都得到类似的结论,即家中有小孩子个数、受教育水平对休闲消费有显著的正向影响,而种族和年龄则对休闲消费存在负向影响。但性别变量对休闲消费的影响有不同的研究结论,Kuo等研究发现,男性休闲消费支出比女性群体要高<sup>[4]</sup>,而Lin等<sup>[4]</sup>则在研究中表明,没有显著的休闲消费性别差异。

国内在休闲消费理论研究方面,郭鲁芳通过引入家庭生产函数的休闲消费理论模型,认为工资收入会对休闲消费产生收入效应和替代效应,而非工资收入仅会带来纯粹的收入效应,工作时间对休闲消费的作用会根据收入水平的差异而产生不同影响。总体而言,对于高收入水平来说,时间约束是休闲消费的主要约束条件,而收入约束则是低收入者休闲消费的主要制约因素<sup>[15]</sup>。尹世杰认为,收入水平对休闲消费的影响不是完全的正向关系,收入差距对我国整体的休闲消费影响非常关键,只有提高中等收入阶层的收入才能扩大休闲消费和提高休闲消费质量<sup>[16]</sup>。卿前龙和吴必虎认为,休闲时间约束是制约我国居民休闲消费需求增长的最关键因素<sup>[3]</sup>。在实证研究上,国内学者主要是从宏观角

度进行研究。杨勇利用1995—2005年全国31个省市区的面板数据发现,我国城镇居民可支配收入对休闲消费支出具有不稳定的正向影响,并且影响作用在省际之间存在着较大差异<sup>[17]</sup>。庄菁和郭茜基于我国1995—2007年的时间序列数据,利用灰色关联分析方法发现,居民收入与休闲消费之间存在极为密切的关系<sup>[18]</sup>。

国外休闲消费研究虽然较为丰富,但缺少对中国休闲消费的实证研究。而国内有关休闲消费的研究主要停留在理论层面或是定性分析上,缺少对微观数据的实证探讨。休闲消费是消费者个人的行为决策,有必要从微观层面对居民休闲消费行为进行分析。

## 2 休闲时间-休闲消费模型

1965年Becker提出经典的家庭生产模型,将时间看作一种可以与货币交换的资源来分析家庭决策,因此市场商品和消费时间联合构成一个全面约束,Becker将其称为“充分收入”。消费者在“充分收入”约束条件下进行不同消费活动的选择以获得最大效用。但是该模型仍然是采用了新古典经济学的处理手段,将休闲时间看成是工作的替代,忽略了休闲所带来的互补效应,即休闲对工资率、生产率和生产效率的影响<sup>[19]</sup>。本文纳入休闲的互补效应,探讨休闲时间对休闲消费的影响。

假设消费者的效用函数采用式(1)VNM效用函数形式:

$$U(c, h) = \ln c + \theta \ln h \quad (1)$$

式(1)中, $c$ 表示休闲物品或服务; $h$ 代表休闲时间, $\theta$ 表示消费者对休闲时间的偏好参数。

消费者休闲消费最优化问题可以写成式(2):

$$\begin{aligned} \text{Max } U(c, h) &= \ln c + \theta \ln h \\ \text{s.t. } p_c c + p_h h &= w(h)L + m(h) \\ c > 0, h > 0 \end{aligned} \quad (2)$$

式(2)中, $p_c$ 为休闲品或服务的价格, $p_h$ 为休闲时间 $h$ 的价格, $L$ 为工作时间, $w(h)$ 为休闲时间对消费者工资率的影响, $m(h)$ 为休闲时间对消费者非工资性收入的影响。虽然过度休闲,会让人滋生懒惰习惯直接或间接减少工资率,但不可否认,正常的休闲时间可以给人带来正效用,提高人的生产效率,从而促进工资率的增长进而提高收入,且理性人不会让自己因为过度使用休闲时间而使得工资

性收入减少这样的事情发生<sup>[19]</sup>,因此,  $\frac{dw(h)}{dh} > 0$ 。由于休闲时间对人的效用边际递减,所以有  $\frac{d^2w(h)}{dh^2} < 0$ 。同样,在休闲时间里有益于进行资本性业务,增加非工资性收入,且在实际中,理性人也不会让自己由于过度休闲而使资产性收入为负,因此,  $\frac{dm(h)}{dh} > 0$ 。资本对时间的边际效益递减,因此有  $\frac{d^2m(h)}{dh^2} < 0$ 。

构建拉格朗日方程求解最优化问题的解,得到如下公式:

$$\phi = \ln c + \theta \ln h + \lambda[w(h)L + m(h) - p_c c - p_h h] \quad (3)$$

$$\frac{\partial \phi}{\partial c} = \frac{1}{c} - \lambda p_c = 0 \quad (4)$$

$$\frac{\partial \phi}{\partial h} = \frac{\theta}{h} + \lambda \left( p_h - \frac{\partial w(h)}{\partial h} L - \frac{\partial m(h)}{\partial h} \right) = 0 \quad (5)$$

最优解如式(6)所示:

$$c^* = \frac{h}{\theta p_c} \left( \frac{\partial w(h)}{\partial h} L + \frac{\partial m(h)}{\partial h} - p_h \right) \quad (6)$$

则:

$$\frac{\partial c}{\partial h} = \frac{1}{\theta p_c} \left( \frac{\partial w(h)}{\partial h} L + \frac{\partial m(h)}{\partial h} + \frac{d^2w(h)}{dh^2} L h + \frac{d^2m(h)}{dh^2} h - p_h \right) \quad (7)$$

令:

$$A = \frac{\partial w(h)}{\partial h} L + \frac{\partial m(h)}{\partial h} \quad (8)$$

$$B = \frac{d^2w(h)}{dh^2} L h + \frac{d^2m(h)}{dh^2} h - p_h \quad (9)$$

由各系数和变量的经济意义可知,  $A > 0$ , 且  $B < 0$ , 于是  $A$ 、 $B$  大小决定了  $\frac{\partial c}{\partial h}$  的符号,  $\frac{\partial c}{\partial h}$  的符号有可能为正, 有可能为负, 根据参数环境而变化。当消费者追求休闲消费带来最大效用, 休闲时间对休闲消费的影响既有正向效用又有负向效应, 总效应由参数大小所决定。

### 3 休闲消费影响因素分析

#### 3.1 样本和数据说明

中国人民大学休闲经济研究中心每 5 年进行一次北京市居民生活时间分配调查, 调查方法采用多阶段随机抽样。调查问卷为自填式结构型问卷, 调查问卷由被调查者亲自填写, 均为真实意愿的表达, 调查数据真实、客观、准确。问卷分为两部分:

“社会生活基本调查问卷 I”和“社会生活基本调查问卷 II”。“社会生活基本调查问卷 I”调查了北京市居民的个人基本信息, 如年龄、性别、职业等 23 个问题。“社会生活基本调查问卷 II”又包含两部分, 第一部分为北京市居民参与的活动情况, 有 5 个大问题; 第二部分为生活时间分配记录表, 记录了北京市居民一天的生活活动时间分配, 每 10 分钟为一个记录单位, 共 144 个单位, 总计 24 小时。本文从调查问卷中选取与休闲消费有关的问题进行研究, 样本结构如表 1 所示。

表 1 样本结构

Tab. 1 Sample structure

变量		2016(%)	2011(%)
Variable		(N = 830)	(N = 1106)
性别 Gender	男 Male	46.1	42.8
	女 Female	53.9	57.2
年龄 Age	15~19	4.2	1.5
	20~24	15.1	16.6
	25~29	19.1	19.1
	30~39	21.9	22.5
	40~49	11.1	10.3
	50~59	17.0	23.8
	>=60	11.6	6.2
婚姻状况 Marital status	已婚 Married	60.5	60.0
	单身 Single	39.5	40.0
年收入(万) Income	<0.99	4.9	8.9
	1.00~1.99	3.3	5.6
	2.00~2.99	2.2	8.4
	3.00~4.99	7.3	14.5
	5.00~9.99	29.0	31.0
	10.00~19.99	33.9	25.0
	>20	19.4	6.6
受教育年限(年) Year of education	<=12	17.1	45.0
	>12	82.9	55.0

按照时间分配四分法, 生活时间可以分成 4 类: 一是工作时间和通勤时间, 二是家务劳动时间, 三是个人生活必需时间(包括睡眠、个人卫生时间等), 四是休闲时间。本文所探讨的休闲时间即一天内除工作时间和通勤时间、家务劳动时间、个人生活必需时间外的自由支配时间。所选取的休闲时间的变量为调查问卷中的 15 项休闲活动的总和, 包括学习文化科学知识、阅读报纸(含电脑/手机)、阅读书刊、看电视、听广播、观看影视剧表演、观看各种展览、游园散步、其他娱乐、体育锻炼、休息、教育子女、公益活动、探访接待亲友、剩余休闲

时间;休闲消费变量为受访者一年当中用于学习研究<sup>①</sup>、体育活动、娱乐活动、公益活动、旅行游玩5项活动的花费。

### 3.2 休闲消费不平等描述

休闲消费不平等程度通过计算休闲消费的基尼系数、90分位数与10分位数的比值获得。2016年休闲消费的90分位数与10分位数比值为249.30,即休闲消费高群体的平均休闲消费支出是休闲消费低群体的将近250倍。且该比值几乎是2011年比值的3倍,说明休闲消费“贫富”差距在逐渐增加。基尼系数数值从0到1,数值越大表示休闲消费的分布比较分散,其中,数值0对应休闲消费完全平等,数值1对应休闲消费完全不平等。2016年休闲消费的基尼系数值为0.65,高于2011年的数值,进一步说明休闲消费不平等程度愈发显著。

### 3.3 不同群体休闲消费差异

休闲消费不平等程度在不同群体间得以体现。根据表2,与低收入群体相比,高收入群体的年

休闲时间较短,比低收入群体少101个小时;休闲消费水平较高,是低收入群体的1.56倍;单位休闲时间进行的休闲消费支出为25元,是低收入群体的2倍之多;单位休闲消费所需休闲时间短,反映出高收入群体快速消费、忙碌休闲的现象。这一现象在不同休闲时间群体、不同受教育程度群体中也得以体现。因此,可以猜想休闲时间是制约高收入群体休闲消费的显性因素,收入则是影响低收入群体休闲消费的主要因素。

### 3.4 休闲消费分位数回归模型估计

利用全样本以及按收入水平进行划分的两类样本群体分别建立模型。研究方法采用分位数回归,并将其估计结果与普通最小二乘法进行比较。一般的多元回归函数是对自变量的均值回归函数,其预设不同分位点上的自变量有着同样的效应,分位数回归函数则是更全面地考察自变量分布的不同百分位点上的不同作用。另外,分位数回归的参数估计采用加权最小一乘法,在对某一分位点进行回归估计时仍利用全部样本,只是处于回归线上下

表2 不同群体休闲消费情况<sup>②</sup>

Tab. 2 Leisure consumption of different groups

指标 Index	年休闲时间(小时) Leisure time (Hour)	休闲消费(元) Leisure consumption (Yuan)	休闲消费密度(元/分钟) Leisure consumption density (Yuan/minute)	休闲消费频率(分钟/元) Leisure consumption frequency (Minute/yuan)
收入较高群体 High-income group	1655	11281	10.85	46.54
收入较低群体 Low-income group	1554	17567	24.62	55.61
周平均休闲时间低于平均值 Group with short leisure	885	17554	35.67	20.12
周平均休闲时间高于平均值 Group with long leisure time	2409	16083	7.61	97.51
工作日休闲时间低于平均值 Group with long working hours	1020	18080	24.48	24.28
工作日休闲时间高于平均值 Group with short working hours	2480	15112	6.87	103.79
受教育程度低群体 Low-educated group	1789	14971	22.70	75.93
受教育程度高群体 High-educated group	1441	17956	23.99	42.95
平均值 Mean	1565	16898	23.15	54.64

注:休闲消费密度=休闲消费/年休闲时间;休闲消费频率=年休闲时间/休闲消费。

① 这里的学习研究是作为提高修养或从兴趣爱好角度出发的学习活动。不包括小学、中学、大学等的学生预习、复习课程等活动,也不包括成人研修活动。

② 以年收入是否超过10万元为分界线划分不同收入群体;以受教育年限是否超过12年为分界线划分不同受教育群体;以周平均每日休闲时间是否超过平均值(245分钟)和以工作日休闲时间是否超过了平均值(191分钟)为分界线划分不同休闲时间群体。

方的数据具有不同的权重,当误差不符合正态分布假设而属于重尾分布或存在异常值时,其稳健型比普通最小二乘法更好。

采用的分位数回归的基本模型如下:

$$\begin{aligned} Leisure\_com = & \beta_0 + \beta_1 Year + \beta_2 Female + \beta_3 Age + \beta_4 Marriage \\ & + \beta_5 Employ + \beta_6 Leisure + \beta_7 Income + \beta_8 Edu \\ & + \beta_9 Year \times Leisure + \beta_{10} Year \times Income \\ & + \beta_{11} Year \times Edu + \varepsilon \end{aligned}$$

其中,  $Leisure\_com$  为休闲消费;  $Year$  为年份虚拟变量 ( $Year=1$  表示年份为 2016 年,  $year=0$  为 2011 年);  $Female$  为性别虚拟变量 ( $Female=1$  为女性,  $Female=0$  为男性);  $Age$  为年龄变量;  $Marriage$  为婚姻状态虚拟变量 ( $Marriage=1$  为已婚,  $Marriage=0$  为未婚);  $Employ$  为工作状态虚拟变量 ( $Employ=1$  为有业,  $Employ=0$  为无业);  $Leisure$  为年休闲时间;  $income$  为年收入;  $Edu$  为受教育程度虚拟变量 ( $Edu=1$  为受教育程度高,  $Edu=0$  为受教育程度低)。另外,为了观察影响因素对休闲消费的影响程度是否会随年份增强或减弱,设置了年份变量与年休闲时间、年收入、受教育程度的交互项  $Year \times Leisure$ 、 $Year \times Income$ 、 $Year \times Edu$ 。另外,对休闲消费、年休闲时间、年收入变量都进行了取对数处理。

在分析休闲消费影响因素时,首先使用普通最小二乘回归进行估计,以查看各种解释变量的平均效应,然后将其与分位数回归的模型参数相比较。

#### (1) 全样本休闲消费分位数回归模型

在控制其他因素后,年份变量在各个分位点上均有显著的正向作用,数值也在不断增大,OLS 回归估计低估了中、高分位点上的参数。年份变量的参数为正,说明休闲消费出现了年份效应,在经济、社会、政策等因素影响下,2016 年休闲消费水平要高于 2011 年的水平,且该影响在高分位点上表现的更为明显。性别变量在各分位点上均不显著,休闲消费在不同性别间的差异并不明显。年龄变量除了在中分位点上的参数显著为正之外,在其他分位点参数均不显著。婚姻状态是影响休闲消费的因素之一,已婚群体的休闲消费水平显著高于单身群体的休闲消费水平,且在中、高分位点上尤为显著,这与婚后消费水平提升有关。有业群体比无业群体的休闲消费支出要高,这是因为有业群体可支配收入高于无业群体。年休闲时间对休闲消费的影响为负,每增加 1% 的休闲时间,中、高分位休闲消费群体的休闲消费就分别降低 0.142% 和 0.102%。从全体样本来看,休闲时间对休闲消费存在负效

应,但该效应值在高分位点上变小。年份与休闲时间交叉项系数在各分位点上显著为正,而 OLS 估计这一系数不显著。交叉项系数显著为正说明休闲时间对休闲消费的负效应强度在减弱,且在高分位点上该强度减弱更快。对于休闲消费低群体,休闲时间是休闲消费的抑制因素,但是在高分位点上,休闲时间的负效应强度正逐渐减少。收入因素正向影响休闲消费,但在各分位点上系数值逐渐减少,说明对于高休闲消费群体来说,收入对休闲消费的影响程度不如对休闲消费低群体要大。OLS 回归中收入与年份的回归系数显著为负,即收入对休闲消费的正向影响强度在减弱。不过这一交叉项系数仅在低分位群体中显著。受教育程度的回归系数在低、高分位点上显著为正,受教育程度高群体比受教育程度低群体的休闲消费水平要高,且这种效应在逐年降低。

由上述全样本回归模型结果可以得到休闲时间对休闲消费具有负向抑制作用的结论。但事实上,对于不同消费群体,休闲时间对休闲消费的影响是有所差异的。接下来按不同收入水平划分来探讨休闲时间是如何影响休闲消费的。

#### (2) 按收入水平划分的休闲消费回归模型

性别、年龄、婚姻状态、工作状态对休闲消费的影响同全体样本估计的结果类似。下面将详述不同群体休闲时间和收入对休闲消费的影响。与全样本估计结果不同的是,对于高收入群体,休闲时间对休闲消费呈正向影响。OLS 结果表明,每增加 1% 的年休闲时间,休闲消费则会增加 0.571%,且这一正向拉动效应在各分位点上也都是显著的。因此,对于收入水平高的群体来说,休闲时间对于休闲消费存在正向拉动作用。一方面,休闲时间的增加,为消费者进行休闲消费给予时间保证;另一方面,休闲会对个人的劳动生产效率产生积极影响,从而影响收入,提高休闲消费水平。然而这一正向效应在收入水平低群体中转变为了负效应,OLS 回归结果表明,每增加 1% 休闲时间,该群体的休闲消费水平就会减少 0.52%,这一负效应在中位数群体中是显著的。对于该群体来说,休闲时间的增加会导致工作时间的减少,从而使得收入减少,基于收入效应,会减少所有消费品的消费,因此,休闲消费也相应减少了。且该负效应对于低收入群体来说正在逐渐增加。收入对于休闲消费的影响依旧呈现正向效应,但是对于高收入群体来说,收入对于休闲消费的正向拉动效应逐渐降低,也就是说,休闲时间对于休闲消费的正向拉动逐渐凸显,而收入

表3 全样本休闲消费回归模型  
Tab. 3 Full sample leisure consumption regression model

变量 Variable	OLS	rq0.25	rq0.5	rq0.75
Constant	7.626(***)	5.051(***)	8.803(***)	9.715(***)
Year	0.565(***)	0.530	0.581(**)	0.723(***)
Female	-0.004	0.068	-0.008	-0.081
Age	0.002	-0.006	0.006(**)	0.005
Marriage	0.165(**)	-0.033	0.236(***)	0.214(**)
Employ	0.183(**)	0.409(***)	0.199(**)	0.109
Leisure	-0.070	-0.065	-0.142(**)	-0.102(**)
Year×Leisure	0.156	0.473(**)	0.213(*)	0.227(**)
Income	0.118(***)	0.241(***)	0.095(***)	0.085(***)
Year×Income	-0.38(**)	-0.589(**)	-0.245	-0.207
Edu	0.018	0.514(**)	0.391	0.710(***)
Year×Edu	-0.404(***)	-0.005	-0.166	-0.555(***)
R <sup>2</sup>	0.213	0.209	0.198	0.222
DW Test	1.986	2.023	1.999	1.984
White Test	0.101	0.091	0.121	0.099

注:\*\*\*表示 $p < 0.001$ , \*\*表示 $p < 0.01$ , \*表示 $p < 0.1$ ;下同。

表4 收入水平高群体休闲消费回归模型  
Tab. 4 High-income group leisure consumption regression model

变量 Variable	OLS	rq0.25	rq0.5	rq0.75
Constant	1.426(***)	-0.445	5.920(***)	8.753(***)
Year	1.053(***)	1.193(***)	0.829(***)	0.661(***)
Female	-0.023	0.084	0.032	-0.071
Age	-0.004	-0.009	0.007(**)	0.005(**)
Marriage	0.268(**)	0.13694(**)	0.268(***)	0.257(***)
Employ	0.253(*)	0.667(***)	0.304(**)	0.182
Leisure	0.571(***)	0.521(***)	0.143(**)	0.0148(**)
Year×Leisure	0.001	-0.012	-0.037	0.0416
Income	0.728(***)	0.811(***)	0.424(***)	0.445(***)
Year×Income	-0.716(***)	-0.740(**)	-0.295	-0.052
Edu	0.401(***)	0.695(***)	0.436(***)	0.706(***)
Year×Edu	-0.164	-0.194	-0.191	-0.470(**)
R <sup>2</sup>	0.264	0.203	0.198	0.270
DW Test	2.012	1.987	2.098	2.011
White Test	0.088	0.098	0.087	0.081

因素不再是主要约束原因。对于收入水平低的群体,收入与年份的交互项不显著,说明收入对休闲消费的影响效应没有随年份而变化。收入依旧是该群体休闲消费的主要制约因素。

#### 4 讨论

本文重点从收入、休闲时间角度探讨这两个因

素对休闲消费的影响,研究发现:(1)收入是影响居民休闲消费的关键因素。对于高收入群体,收入对休闲消费的正向效应在逐年减弱;收入是制约低收入群体休闲消费的主要因素。(2)休闲时间对休闲消费既有正向影响又有负向抑制作用。对于高收入群体,该群体休闲时间相对较短,增加该群体的休闲时间能有效拉动该群体的休闲消费;对于低收入群体,该群体休闲时间相对较长,由于收入水平

表 5 收入水平低群体休闲消费回归模型  
 Tab. 5 Low-income group leisure consumption regression model

变量 Variable	OLS	rq0.25	rq0.5	rq0.75
Constant	13.534(***)	11.376(**)	13.116(***)	12.361(***)
Female	-0.004	0.041	0.067	-0.079
Age	0.008(**)	-0.001	0.010(**)	0.007(**)
Marriage	0.154	0.058	0.164	0.17972
Employ	0.196	0.417(*)	0.096	0.288(**)
Leisure	-0.520(***)	-0.499	-0.465(**)	-0.291
Year×Leisure	0.772(***)	1.599(*)	0.687(**)	0.590(***)
Income	0.368(***)	0.882(**)	0.265	0.245(**)
Year×Income	-0.199	-0.997	-0.054	0.205
Edu	0.549(***)	0.554	0.517(***)	0.617(***)
Year×Edu	-0.203	-0.086	-0.264	-0.436(**)
R <sup>2</sup>	0.095	0.089	0.113	0.213
DW Test	2.001	2.003	1.999	2.006
White Test	0.091	0.097	0.089	0.080

较低不能转化为有效休闲,因此抑制了该群体的休闲消费,但这一负向效应程度正逐渐减弱。

#### 4.1 现象解释

许多社会学家和经济学家都曾预测,20世纪日益增长的生产力将大大减少国民的工作时间,工作不再是社会运转的中心。1965年,Fourastié估计,21世纪平均每个人一生的工作时间将减少至40 000小时<sup>[20]</sup>,也就是说,工作时间只占到人一生中的6%。经济的高速增长产生了巨大财富,使得工作时间大幅减少,生活质量不断提高。看似延长的休闲时间,增加的国民福利,却是要付出一定代价的,即生活步伐的加快以及越来越焦躁的时间紧迫感<sup>[21]</sup>。正如Linder在*The Harried Leisure Class*一书中所提到的“经济增长的结果其实是劳动时间的增加,每小时生产率的提高,这意味着代表先前的均衡水平的分配也必须得到增加。随着经济的发展,生产时间会变得日益稀缺。现在,我们对时间的利用将发生变化,以至于用于所有其他活动的时间和用于工作的时间同样重要。也就是说,经济增长必然使得时间发生一种普遍性的、越来越严重的缺乏”<sup>[22]</sup>。但是这种由社会进步所带来的“时间饥荒感”并不是所有个体都能感同身受的。劳动生产率的提高,首先解放的是低端劳动力,因此,低端劳动力的工作时间减少幅度最大,而休闲时间增加的最多。以北京市为例,与1996年相比,2016年受教育程度低群体的周平均每日工作时间减少了1小时27

分钟,而受教育程度高群体的工作时间仅减少33分钟<sup>[1]</sup>。对于收入水平较低群体,过多的休闲时间并不能转化为有效休闲,休闲时间已成为“空闲时间”。当一个人的时间多得不知如何花费时,时间就变成一种无形压力,这种压力比繁忙所带来的压迫感更加难受。因此,休闲时间对低收入群体来说是一种强制性消费,休闲时间之于他们并不会带来始终为正的边际效用,有可能会对休闲消费支出产生抑制作用。

对于高收入群体,他们则始终处于“时间饥荒”的紧迫感中,不仅要忙工作,同时也在忙休闲。事实上,这种时间饥荒的感觉并不是因为休闲时间的减少,而是因为休闲时间被分解成许多小块,越来越分散,愈加碎片化。休闲时间的碎片化无法适应需求的多样性,于是造成时间饥荒的感觉。“时间饥荒”感出现最直接的结果就是快速消费,即通过加快从事休闲活动或者休闲消费的速度或是同时进行多线程的休闲活动来实现,这称为时间深化现象(time deepening)<sup>[23]</sup>。这与表2所描述的高收入群体休闲消费密度大、单位休闲消费所花时间短的现象是一致的。

还有一种观点认为,当收入不平等程度加剧时,高收入群体比低收入群体对自己可能要失去原本社会地位感到更加焦虑,正因为如此,前者为保障自己仍处于高收入社会地位便会增加他们的工作时间、减少休闲时间以此来增加收入,这就是行为经济学上所称的“损失厌恶”。因此,从某种意义上

上来说,“工作时间长、休闲时间短”已然成为彰显社会地位的一种象征<sup>[24]</sup>。由于休闲时间的缩短,为了获得更多的休闲效用,于是便通过炫耀性休闲消费行为来凸显自身地位。因此,为了凸显拥有较高社会地位,高收入群体工作时间长,休闲时间短,休闲消费水平高。

#### 4.2 政策建议

##### (1)完善落实带薪休假制度,增加居民休闲时间

休闲时间逐渐成为制约高收入群体休闲消费的显性因素,因此增加居民休闲时间是拉动居民休闲消费的重要措施。目前,全国带薪休假落实率仅达到50%<sup>①</sup>,带薪休假天数为世界平均值的一半,增加居民休闲时间仍有很大空间。第一,政府要加强宣传力度,转变国民对带薪休假的观念。带薪休假是一种权利,而不仅是一种福利。居民要有行使带薪休假权利的意识。第二,要转变政府作风,政府应在落实带薪休假方面起到带头引领作用。第三,转变经营者理念。经营者应该有给予职工一定自由时间的意识。职工拥有充足的休闲时间,有利于他们积累人力资本,促进企业的良性发展。第四,要设置约束机制。修订并完善《企业职工带薪年休假实施办法》《职工带薪年休假条例》。第五,执行层次。加强部门间的联动,落实监督制度,细化奖惩机制。

##### (2)提供省时、质优的多样化休闲品和服务

休闲时间的匮乏导致了快速休闲消费现象的发生,如果在时间约束下高收入群体不能从高消费的休闲品中获得应有的效用,那么消费者就不愿意把收入转化为消费,而是转向储蓄,也就是说,居民的消费需求最终要以资本积累的方式来促进经济增长,相当于降低了消费对经济增长的贡献,加大了经济增长对投资的依赖。然而,随着经济的增长,不断扩大的资本积累将会由于实体经济中缺少投资机会而转向股市和房地产等虚拟经济,导致这些部门形成大量泡沫,带来经济风险<sup>[3]</sup>。因此,要重视消费对经济增长的拉动作用。目前我国的休闲供给仍然以大众化的电视电影娱乐、棋牌娱乐、歌舞娱乐为主,无法及时适应由收入增长、观念更新所带来的休闲消费结构向高层次演进的这一要求。随着劳动生产率的提高,时间逐渐变成一种“奢侈品”,因此,企业在为消费者提供数量多质量优的产品和服务的同时,要注意节省消费者不必要时间的浪费,尽可能为其提供集餐饮、娱乐、康体等

一站式的休闲体验,保证消费者有效利用其一次性休闲时间。另外,应该为消费者提供质量更高的多样化休闲品或服务,提高消费者的休闲效用。把新技术不断应用于休闲领域,不断创造出新的休闲产品和休闲方式,满足居民多样化的休闲需求。

##### (3)提高居民休闲意识,提升居民休闲能力

事实上,并不是休闲时间抑制了低收入群体的休闲消费,而是空闲时间对休闲消费产生了负效应。如何把空闲时间转化为有效休闲时间是提高该群体休闲消费水平的重要途径。一方面,要对该群体进行宣传教育,转变其休闲意识。不要过分强调工作本位、工作优先而放弃休闲。合理的休闲能激发人的创造性,提高人的生产效率,促进人力资本的提高。另一方面,应该提高居民的休闲知识水平和技能。随着经济的发展,低端休闲品会逐渐被高端休闲品所取代,如果掌握的休闲知识和技能水平不高,即便有了休闲意识和休闲需求,也会因为休闲技能的匮乏,而不能转化为有效需求,休闲时间又被迫转变成无所事事的空闲时间,抑制休闲消费的增长。

##### (4)提高就业水平,增加居民收入

收入是制约居民休闲消费的主要因素,因此提高就业水平,增加居民收入是扩大休闲消费的重要途径。一方面,随着我国经济发展进入新常态,经济增速在放缓,政府应引领经济发展新常态,推动结构调整和转型升级,出台一系列鼓励生产性和生活性服务业发展的政策,促进服务业发展,从而吸纳更多劳动力,为国民提供更多就业岗位,增加居民收入。另一方面,推进大众创业万众创新,不断培育壮大就业主体,增加就业机会。再者,进一步发展教育事业,加快完善职业培训体系,提高劳动者素质和就业质量。

本文讨论了收入、休闲时间对休闲消费的影响,得出收入是影响休闲消费的主要因素,休闲时间对休闲消费的影响既有正向拉动作用又有负向影响的结论,并从收入、休假制度、休闲意识角度提出了提高居民休闲消费水平的政策建议。

#### 参考文献(References)

- [1] Wang Qiyang, Wei Jijia. A Study on the inequality of leisure time in Beijing[J]. *The Journal of Beijing Social Science*, 2017,

①数据来源:王珂,唐德. 人社部调查:目前带薪休假的落实率仅有50% [EB/OL]. <http://politics.people.com.cn/n/2015/0727/c100127363789.html>, 2015-07-27.



- (9): 4-14.[王琪延, 韦佳佳. 北京市居民休闲时间不平等研究[J]. 北京社会科学, 2017, (9):4-14.]
- [2] Guo Lufang. Time constraint and leisure consumption[J]. *The Journal of Quantitative & Technical Economics*, 2006, 23(2): 117-125.[郭鲁芳. 时间约束与休闲消费[J]. 数量经济技术经济研究, 2006, 23(2): 117-125.]
- [3] Qing Qianlong, Wu Bihu. Leisure time constraint and leisure demand [J]. *Journal of Hangzhou Normal University:Social Sciences Edition*, 2009, 31(5): 89-94.[卿前龙, 吴必虎. 闲暇时间约束下的休闲消费及其增长——兼论休闲消费对经济增长的重要性[J]. 杭州师范大学学报:社会科学版. 2009, 31(5): 89-94.]
- [4] Lin V S, Mao R, Song H. Tourism expenditure patterns in China [J]. *Annals of Tourism Research*, 2015, (54): 100-117.
- [5] Lima J, Eusébio C, Amorim-Varum C. Determinants of leisure expenditure: Do low income families behave any differently from others?[J].*An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 2018, 29(1): 24-39.
- [6] Alegre J, Mateo S, Pou L. An analysis of households' appraisal of their budget constraints for potential participation in tourism [J]. *Tourism Management*, 2010, 31(1): 45-56.
- [7] Brida J G, Scuderi R. Determinants of tourist expenditure: A review of microeconomic models[J]. *Tourism Management Perspectives*, 2013,6: 28-40.
- [8] Thompson C S, Tinsley A W.Income expenditure elasticities for recreation: Their estimation and relation to demand for recreation [J]. *Journal of Leisure Research*, 1979, 10(4): 265-270.
- [9] Dardis R, Soberon- Ferrer H, Patro D. Analysis of leisure expenditures in the United States[J]. *Journal of Leisure Research*, 1994,26: 309-321.
- [10] Zheng B, Zhang Y. Household expenditures for leisure tourism in the USA, 1996 and 2006[J]. *International Journal of Tourism Research*, 2013, 15(2): 197-208.
- [11] Aguiar M, Hurst E. Measuring trends in leisure: The allocation of time over five decades[J]. *The Quarterly Journal of Economics*, 2007, 122(3): 969-1006.
- [12] Bellezza S, Paharia N, Keinan A. Conspicuous consumption of time: When busyness and lack of leisure time become a status symbol[J]. *Journal of Consumer Research*, 2017, 44(1): 118-138.
- [13] Hung W T, Shang J K, Wang F C. A multilevel analysis on the determinants of household tourism expenditure[J]. *Current Issues in Tourism*, 2013, 16(6): 612-617.
- [14] Kuo H I, Lu C L. Expenditure-based segmentation: Application of quantile regression to analyse the travel expenditures of baby boomer households[J]. *Tourism Economics*, 2013, 19(6): 1429-1441.
- [15] Guo Lufang. Economic analysis of consumption in leisure time [J]. *The Journal of Quantitative & Technical Economics*, 2004, 21(4): 12-21.[郭鲁芳. 休闲消费的经济分析[J]. 数量经济技术经济研究, 2004, 22(4): 12-21.]
- [16] Yin Shijie. Some problems on how to stimulate consumption demand in current China[J]. *China Business and Market*, 2009, 23(7): 7-10. [尹世杰. 我国当前扩大消费需求的几个问题[J]. 中国流通经济, 2009, 23(7): 7-10.]
- [17] Yang Yong. A study on the spatial characteristic of provincial difference of urban recreation expenditure[J]. *Journal of Business Economics*, 2007,(11): 68-74. [杨勇.我国城镇居民休闲消费行为的地区差异性分析——基于1995—2005年省级面板数据的检验[J].商业经济与管理, 2007,(11):68-74.]
- [18] Zhuang Jing, Guo Qian. Grey Relational analysis and prediction of leisure consumption and income[J]. *Statistic and Decision*, 2009,(14): 63-64. [庄菁, 郭茜. 休闲消费与收入的灰色关联分析及预测[J]. 统计与决策, 2009,(14): 63-64.]
- [19] Wei Xiang. *An Introduction to Leisure Economythe Economic Essentials of Freedom and Happiness*[M]. Tianjin: Nankai University Press, 2009:39. [魏翔. 闲暇经济导论——自由与快乐的经济要义[M]. 天津: 南开大学出版社, 2009:39]
- [20] Fourastié J. *Les 40000 Heures*[M]. Paris: Laffont, 1965:1.
- [21] Garhammer M. Time pressure in modern Germany[J]. *Social and Leisure*, 1998, 21(2): 327-352.
- [22] Linder S B. *The Harried Leisure Class*[M]. New York: Columbia University Press, 1970: 4.
- [23] Sevilla A, Gimenez-Nadal J I, Gershuny J. Leisure inequality in the United States:1965—2003[J]. *Demography*, 2012, 49(3): 939-964.
- [24] Gershuny J. Increasing paid work time? A new puzzle for multinational time-diary research[J]. *Social Indicators Research*, 2011, 101(2): 207-213.

## Research on the Influence of Income and Leisure Time on Leisure Consumption

WANG Qiyan, WEI Jiajia

(*School of Statistics, Renmin University of China, Beijing 100872, China*)

**Abstract:** With the rapid advancement and improvement of productivity in China, working time has been greatly shortened. In 2016, the daily average working hours of residents in Beijing was 6 hours and 2 minutes, there was a drastically decrease of 1 hour and 45 minutes compared with 30 years ago. Holiday system reforms have made the number of national holidays change from 59 days 30 years ago to 115 days now. Moreover, residents' income has increased substantially which implies that the conditions for leisure consumption of residents have matured. However, there is an interesting phenomenon happened, that is, we are witnessing a reduction of working hours and an increase in non-working time, but at the same time their members seem to experience more hurried leisure consumption. Based on the survey data of Beijing residents' living time survey conducted by China Leisure Economy Research Center of Renmin University of China in 2011 and 2016, this paper attempts to explain the issue of leisure consumption inequality. According to compute the Gini index for leisure consumption and the ratio of the 90th percentile and the 10th percentile of leisure consumption, we found that the increase in the Gini index was 2.99, and the 2016 90-10th percentile was more than six times the value in 2011. It further showed that the degree of inequality in leisure consumption has become more pronounced. Describing the statistics of leisure consumption by different income groups, we know that high-income group own more leisure consumption, which was 1.3 times that of low-income group; leisure expenditures for leisure time per unit is 24 yuan, which was higher than that of low-income group; and leisure time required for leisure consumption was lower, reflecting rapidly consuming of high-income members. It can be seen that the high-income group with short leisure time lacks leisure time for leisure consumption, while the low-income group with long leisure time has low leisure consumption level. In order to explore the influence of leisure time and income of different income group on leisure consumption, quantile regression models of full sample, high-income group, and low-income group were constructed. The results show that for the higher income group, leisure time has become the dominant factor to stimulate the growth of leisure consumption, but the income factor is relaxed gradually. For the lower income group, too much leisure time is not to bring positive effects to the group, income constraints is the main factor restricting the group's leisure consumption. Finally, this paper put forward relevant policy suggestions, including improving the implementation of paid vacations to increase residents' leisure time; providing time-saving and high-quality diversified leisure products and services; enhancing residents' leisure awareness and leisure ability; promoting employment and increase residents' income.

**Keywords:** leisure time; income; leisure consumption; quantile regression model; Beijing

[责任编辑:周小芳;责任校对:宋志伟]