

# Comparison of The Potential Consumption Capacity of Urban and Rural Residents in China's Domestic Tourism

Zhiying Chen

School of Management, Fujian Agriculture and Forestry University, Fuzhou, Fujian, 350000, China

## Abstract

With the vigorous advocacy of rural revitalization and ecotourism, China's domestic tourism has been booming in recent years. According to statistics, the domestic tourism consumption of urban residents accounts for half of the total tourism spending, and is the main force of the rapid development of the China's domestic tourism industry. Combined with the 1999-2018 data released by the national bureau of statistics, the regression results of the consumption level of urban residents and rural residents and the total domestic tourism expenditure were analyzed by using the least square method, it can be seen that although rural residents have a lower consumption capacity, their consumption potential is greater than that of urban residents. In order to trigger the consumption potential of rural residents, measures such as improving tourism supporting facilities, building tourism information network platform, implementing differentiation strategy and developing tourism products according to local conditions can be taken.

## Keywords

China's domestic tourism; tourism contribution rate; tourism consumption potential

## 城乡居民中国国内旅游的潜在消费能力比较

陈志英 石德金\*

福建农林大学管理学院, 中国·福建 福州 350000

## 摘要

随着乡村振兴战略的提出和生态旅游的大力倡导, 中国国内旅游在近几年得到了快速发展。统计表明, 城镇居民的国内旅游消费占据旅游总花费的一半以上, 是中国国内旅游行业迅速发展的主力军。结合中国统计局发布的 1999—2018 年数据, 利用最小二乘法 (OLS) 分别对城镇居民和农村居民的消费水平与中国旅游总花费的回归结果进行分析可知, 农村居民的消费能力较低下, 但是相较于城镇居民, 其旅游消费潜力更大。为了激发农村居民的消费潜力, 可以采取完善旅游业配套设施、构建旅游信息网络平台、实施差异化策略和因地制宜开发旅游产品等措施。

## 关键词

中国国内旅游; 旅游贡献率; 旅游消费潜力

## 1 问题的提出

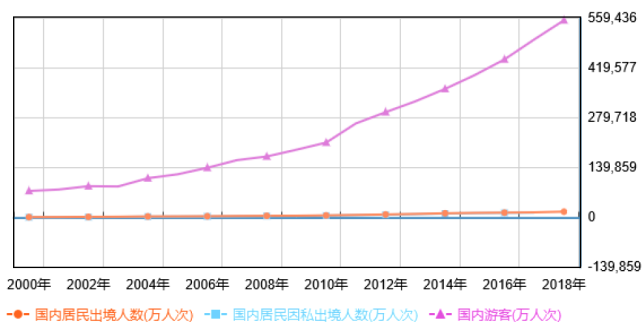
随着人民生活水平地不断提升, 人民群众对于精神文化的需求逐渐超越了对物质基础的追求。中国共产党第十九次全国代表大会结合群众需求, 明确提出当前的社会主要矛盾。旅游业也由此斩获了巨大的发展契机。据国家统计局数据表明, 2018 年中国国内旅游总花费已达 51278.29 亿元, 相较 2017

年涨幅 12.3%, 可见近年来旅游行业增幅快, 呈现快速发展的良好势头。

随着习总书记“绿水青山就是金山银山”乡村发展观念提出, 各地区在尊重资源禀赋基础上, 立足生态环境特征, 在乡村因地制宜发展生态旅游, 并以发展生态旅游带动其与一二产业融合, 实现农村经济发展。不仅提高农村人口就业率, 而且助力了乡村振兴战略实施, 以此带动广大农村居民走上小康社会的康庄大道。而乡村旅游作为中国国内旅游的首选旅游方式, 其对旅游行业的发展发挥了举足轻重的作用。数据表明, 截至 2018 年国家统计局数据统计: 中国旅客人数自 1999 年以来节节攀登, 在 2010 年涨幅加快, 至 2018 年创

**【作者简介】**石德金\* (1955-), 男, 中国江西上犹人, 江西农业大学经济管理学院经济学教授。兼全国财经院校《资本论》研究会常务理事。主要从事《资本论》与转型经济研究。邮箱: xyuantai@126.com。

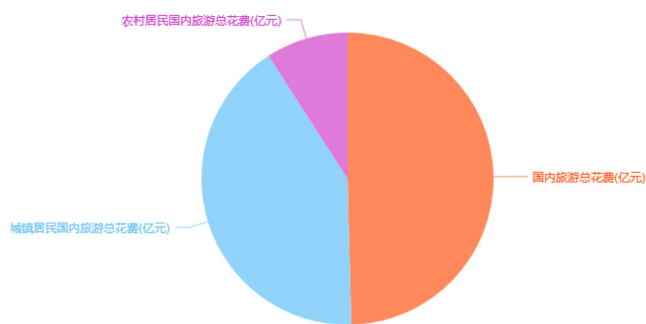
历史新高,达到 559436 万人次,相比之下,因私出境的中国居民量涨幅较小(见图 1)。由此可知,近年来中国生态环境的改变成效立显,乡村旅游热度较高,对比出国旅游,居民更加倾向于国内旅游。



(数据来源: 中国统计年鉴)

图 1 中国居民国内外旅游人数

近年来,中国国内旅游人数和旅游消费发展速度快,增幅大,国内居民对旅游产品的消费意愿也在上升。2018年,国内游客人数达 559436 万人次,其中城镇居民国内游客占比 74.4%,共计 4119 万人次,农村居民国内游客人数 1420,占比 25.6%。由此可知,城镇居民较之农村居民,其旅游消费的意愿更加强烈。根据国家统计局数据表明,2018 年国内旅游总花费为 51278 亿元,其中城镇居民国内旅游总花费接近农村居民国内旅游总花费的 5 倍。可见,城镇居民对国内旅游的贡献率高于农村居民对国内旅游的贡献率(见图 2)。



(数据来源: 中国统计年鉴)

图 2 城乡居民国内旅游总花费的占比图

总体上看,中国城乡居民旅游消费的差异性较大。2010 年第六次全国人口普查数据表明,中国的农村居民占比 50.32%,城镇居民占比 49.68%,中国幅员辽阔,农村居民比较大。随着乡村振兴战略和生态旅游的号召力度逐渐加大,农村居民将会在中国国内旅游消费中发挥怎样的潜力呢?对

这一问题的研究将有利于发掘广大农村居民的旅游意愿,推动乡村振兴战略的实施,进一步扩大国内旅游市场,有关政府部门可以由此制定差异化的旅游政策,相关行业可以针对性的推出旅游产品,刺激中国旅游行业蓬勃发展。

## 2 文献回顾

目前,已有学者基于经济发展差异化对国内旅游的影响进行空间计量。结果表明:各省份之间的经济发展水平与国内旅游的空间依赖性程度成正相关关系<sup>[1]</sup>,经济发展水平越高的城市,其对旅游产品投入力度大,对游客的消费吸引力也较大。同理,那么城镇化水平是否也会成为国内旅游发展的差异性影响因素?有学者利用东部十个城市面板数据进行协整检验,结果表明城镇化水平与国内旅游呈现四种协调类型,城镇化程度与国内旅游消费正向相关,再次验证了经济发展水平对国内旅游消费的正向影响<sup>[2]</sup>。在大数据背景下,通过主要城市旅游的网络密度进行分析,学者得出了中国旅游的网络结构特征呈现出了季节性变化,夏季中国国内旅游的网络密度较高,冬季密度较低的结论<sup>[3]</sup>。中国旅游网络化波动不仅受季节影响,还受到各省市的环境变化和环保意识的影响,二者存在正相关关系,因此政府要注重与旅游局之间的信息交流,关注气候变化引起的城乡居民对不同旅游产品的需求,倡导各地区要因地制宜开展旅游模式的研究。在旅游模式的选择方面,有学者通过对主要省份旅游流的空间差异性进行比较,发现现行旅游流的空间旅游“集中一分散”的特征,针对此特征,提出了几种不同的供给模式<sup>[4]</sup>。而在旅游流的国际化水平比较研究中,有学者表明,较之其他国家,中国旅游流系统等级较低,要提升系统等级,实现最优贴适度,可以通过实现旅游生态功能予以提升<sup>[5]</sup>。

随着居民的消费能力和水平的提升,城乡居民对旅游的偏好程度不断呈现上升趋势。学者通过研究居民消费价格指数和中国旅游的客流量及旅游总消费之间的关系,发现城乡居民消费价格水平不同,对旅游的数量和质量要求也不尽相同,而相比人均可支配收入,CPI 对旅游花费的影响更大,因此 CPI 和中国国内旅游总花费之间的相关关系更为紧密<sup>[6]</sup>。鉴于此,论文通过选取城镇居民消费水平和城乡居民消费水平为解释变量,以中国旅游总花费为被解释变量,探讨城乡居民对中国国内旅游的内在潜力差异化程度。

### 3 实证分析

#### 3.1 指标和数据

选用城镇居民消费水平 (uc)、农村居民消费水平 (rc) 作为自变量, 以中国国内旅游总消费 (tc) 为被解释变量, 利用最小二乘法进行回归。分析城乡居民消费水平的异质性与中国国内旅游消费总量间的相关性。为保证实证研究的准确性和可信度, 数据选自中国统计年鉴 1999-2018 年三个指标的年度数据作为实证样本。

#### 3.2 样本特征描述

通过绘制与变量存在相关关系的其他因素的样本走势图, 找出样本特征。首先, 通过城乡居民近年的恩格尔系数走势图 (见图 3) 可知。城镇居民的恩格尔系数和农村居民的恩格尔系数均呈现出下降趋势。其中, 城镇居民的恩格尔系数下降幅度明显比农村居民更大, 并且始终低于农村居民的恩格尔系数。由走势图可知, 在居民日常消费中, 食物支出占家庭消费支出的比重逐渐下降, 因此可用于旅游消费的支出费用空间也就更大。

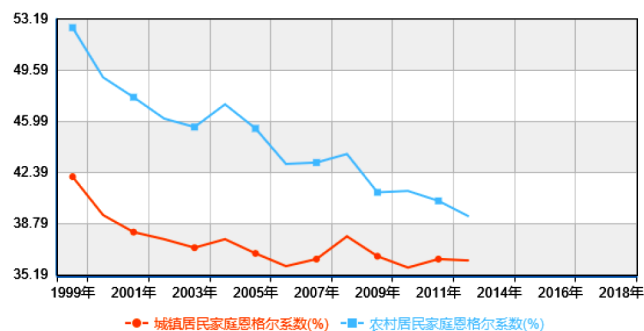


图 3 城乡居民恩格尔系数对比图

通过观察居民消费水平的柱状图可知 (见图 4), 城乡居民的消费水平都是成上升趋势的, 且城镇居民的消费水平明显高于农村居民的消费水平。可以做出以下结论: 城镇居民对中国国内旅游的消费能力远远高于农村居民。

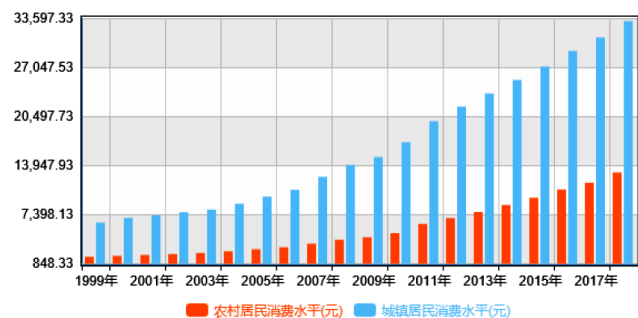


图 4 城乡居民消费水平

通过观察城乡居民国内旅游总花费趋势图 (见图 5), 可以得出结论: 城乡居民中国国内旅游总花费呈现上升趋势, 且城镇居民国内旅游总花费明显高于农村居民国内旅游总花费。因此, 可以得出如下结论: 城镇居民对国内旅游的贡献率比农村居民对国内旅游的高。

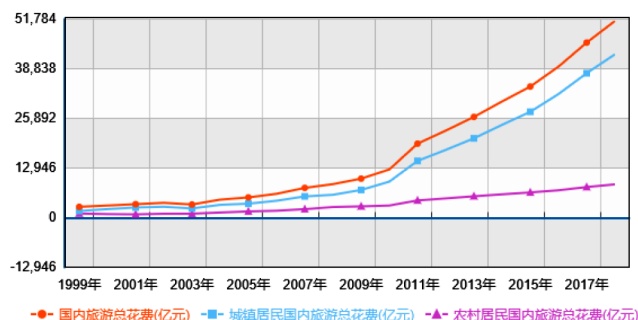


图 5 城乡居民国内旅游总花费

通过对以上趋势图的分析, 可以做出如下预测: 城镇居民对国内旅游的消费潜力大于农村居民。

#### 3.3 模型构建

论文的研究目的是分析出城镇居民和农村居民的国内旅游的潜在消费能力。因此, 在构建两个模型的基础上, 用最小二乘法 (OLS) 进行回归。通过估计参数比较, 得到城乡消费水平差异性对国内旅游的不同潜力。理论模型如下:

$$tc = \beta_0 + \beta_1 uc + \varepsilon_1$$

$$tc = \beta_0 + \beta_2 rc + \varepsilon_2$$

##### 3.3.1 提出假设

H<sub>0</sub>: 城镇居民对国内旅游的消费潜力更大

##### 3.3.2 城镇居民消费水平对国内旅游消费的影响

用 OLS 对模型进行参数估计, 得出如下结论 (见图 6)。

Source	SS	df	MS	Number of obs =	20
Model	4.4707e+09	1	4.4707e+09	F(1, 18) =	455.44
Residual	176692383	18	9816243.5	Prob > F =	0.0000
Total	4.6474e+09	19	244601419	R-squared =	0.9620
				Adj R-squared =	0.9599
				Root MSE =	3133.1

tc	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
uc	1.711456	.0801953	21.34	0.000	1.542972 1.87994
_cons	-11715.65	1520.1	-7.71	0.000	-14909.27 -8522.044

图 6 城镇居民消费水平对国内旅游消费的影响

根据回归结果, 可得回归方程为:

$$tc = -11715.65 + 1.711456uc + \varepsilon$$

根据回归结果: Prob>F=0.0000, 说明回归方程的显著性较高, R<sup>2</sup>=0.9620, 整个模型的拟合优度较好, t 值为 0.000,

说明城镇居民的消费水平高低对国内旅游总花费的高低有显著影响。城镇居民消费水平 (uc) 的系数为正,符合经济学假设,即消费水平与国内旅游总花费成正相关关系。城镇居民消费水平 (uc) 的参数估计为 1.711456,说明城镇居民消费水平每增加一单位,国内旅游总消费增加 1.711456 个单位。

### 3.3.3 农村居民消费水平对国内旅游消费的影响

用 OLS 对模型进行参数估计,得出如下结论(见图 8)。

```
. reg tc rc
```

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	20
Model	4.6151e+09	1	4.6151e+09	F(1, 18)	=	2570.44
Residual	32318186.9	18	1795454.83	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.9930
				Adj R-squared	=	0.9927
Total	4.6474e+09	19	244601419	Root MSE	=	1339.9

tc	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
rc	4.308224	.0849757	50.70	0.000	4.129697 4.486751
_cons	-6698.154	556.4422	-12.04	0.000	-7867.196 -5529.112

图 7 农村居民消费水平对国内旅游消费的影响

根据回归结果,可得回归方程为:

$$tc = -6698.154 + 4.308224rc + \epsilon$$

根据回归结果: Prob>F=0.0000,说明回归方程的显著性较高,  $R^2=0.9930$ ,整个模型的拟合优度较好,  $t$  值为 0.000,说明农村居民的消费水平高低对国内旅游总花费高低有显著影响。农村居民消费水平 (rc) 的系数为正,符合经济学假设,即消费水平与国内旅游总花费成正相关关系。城镇居民消费水平 (rc) 的参数估计为 4.308224,说明城镇居民消费水平每增加一单位,国内旅游总消费增加 4.308224 个单位。

### 3.3.4 结论

通过构建以上两个模型及模型参数估计的比较可得出以下结论:与城镇居民的消费水平相比,农村居民的消费水平对国内旅游总花费的影响更大。农村居民的消费能力对国内旅游总花费的拉动力更大。因此,可以推翻原假设,即  $H_0$  城镇居民对国内旅游的消费潜力更大。并得出以下结论:农村居民对国内旅游的潜在消费能力更大。为了激发乡村振兴战略对农村经济发展的驱动力,实现产业融合,以此带动第三产业实现结构性改革,应加大旅游产品的开发和投入,满足广大农村居民对国内旅游产品及旅游服务的需求。

### 3.3.5 原因分析

根据分析城乡居民国内旅游的潜在消费能力,可知:虽然城镇居民的国内旅游人数、人均花费和总花费占居民国内旅游人数、人均花费和总花费的比重比农村居民大,但是其

消费水平对国内旅游总花费的参数估计比农村居民小,这可能是由以下原因造成的:随着消费水平的提高,城镇居民对三大旅游方式的偏好出现变化。已有研究表明,城镇居民会通过降低出行次数来实现更高品质的旅游产品的追求<sup>[6]</sup>,如选择出国旅游或自驾游。

## 4 结论与建议

从回归结果可知,虽然城镇居民的消费水平较之农村居民更高,对国内旅游的贡献率也高于农村居民。但是农村居民对国内旅游拥有更大的潜力,这说明农村居民可以成为国内旅游发展的主力军,因此可以从以下几个方面发掘农村居民的旅游潜力。

### 4.1 完善农村旅游业配套设施建设

交通、酒店住宿和观光景点作为旅游业的三大支柱,是游客选择旅游地的出发点和立足点。随着乡村振兴战略的大力倡导,政府加大旅游业配套设施的财政投入,部分乡村旅游产业也依托其自然优势吸引了社会资金流入。但是区域之间存在资源配置短板。沿海地区经济发展较快,海滨旅游景点开发较早,旅游配套设施完善。因此,汇聚了大量农村旅客。虽然广大内陆地区的旅游景点开发潜力巨大,但是存在交通网络覆盖面小,酒店住宿条件恶劣的情况。此外,要吸引广大农村居民“就近”旅游,应当加大对酒店住宿条件改善力度,打通交通网络障碍,引发农村居民旅游消费热情。

### 4.2 构建旅游网络,消除旅游鸿沟

随着大数据,云平台及“互联网+”技术逐渐成熟,网络平台已经成为便民生活的工具,目前中国农村地区的网络全覆盖范围越发广泛。这已经打破了原来旅游信息传播渠道,更新速度缓慢及区域传播“鸿沟”的限制。而随着科学技术进步,各类旅游 APP 也如雨后春笋般涌现,各大旅行社可以通过利用旅游 APP 宣传国内旅游景点,推广特色旅游产品,吸引农村居民。省际之间可以通过构建旅游资源网络共享平台,实现旅游信息的互通共享,打破省际旅游信息隔阂。

### 4.3 合理定价,实施差异化策略

近年来,农村居民旅游消费能力渐渐提升,其主要原因之一就是部分景区实现了景区“免门票”得旅游优惠政策。对于广大农村居民而言,其收入水平和消费能力的不足,因此在选择旅游产品时更加注重产品的价格。政府在对旅游产品进行价格评估时,应该设定合理的区间。景区管理部门也

要加强对其他辐射旅游产品价格的管控,随着5G通讯技术登临市场,互联网传播越发快速,网络技术既是信息贡献渠道,又是舆论监督平台,稍有不慎就会引发广泛关注。无论是青岛高价虾,还是雪乡贵宾民宿,此类旅游事件层出不穷,严重伤害了旅游景点的声誉,引起消费者的恐慌。因此,景区应接受网络监督,实实在在提供优质旅游产品和服务。另外,景区在定价时应根据不同消费群体的消费能力进行分层定价,由消费者自主选择旅游产品,管理部门要严格把关,防止强制消费的现象发生。

#### 4.4 因地制宜,开发旅游产品

习近平总书记提出:“绿水青山就是金山银山”,要划定生态红线,推动绿色发展。只要因地制宜开发得当,那么绿水青山也能成为农村居民的金山银山。但是,目前旅游资源的开发存在两个极端化,即过度开发和开发水平低下问题,这都体现出旅游产品开发不当的情况。部分地区旅游业发展快,起步早,为了实现经济效益,一心一意搞发展忽视环境压力,没有对游客流量管控,导致生态环境破坏,旅游资源优势丧失。例如,在黄鹤楼楼内修建电梯,张家界悬崖边造“悬崖电梯”等,虽然在一定程度上为游客提供了方便,但却对旅游资源造成了破坏,旅游资源一旦遭受破坏,是不可再生

也是不可恢复的。部分地区存在旅游资源开发水平低下的问题,如很多民族地区的旅游景区。虽然这些景区仍然保留着原始性和真实性特质,但是过于粗放化的开发模式,其经济效益不显著,也不能满足农村居民的消费需求。因此,应实现多方合作,因地制宜开发旅游产品。

#### 参考文献

- [1] 徐雨利,李振亭.我国国内旅游流空间流动模式演替与全域旅游供给升级研究[J].陕西师范大学学报(自然科学版),2019(02):84-90.
- [2] 朱海艳,孙根年,李君轶.中国31省市国内旅游经济差异影响因素的空间计量研究[J].干旱区资源与环境,2019(05):197-202.
- [3] 王新越,伍焯轩.中国东部地区国内旅游消费与城镇化协调关系研究[J].地理科学,2018(07):1139-1147.
- [4] 李胜芬,翁钢民,李富明.省域国内旅游流系统发展差异及优化路径[J].统计与决策,2018(12):47-51.
- [5] 马丽君,肖洋.典型城市居民国内旅游流网络结构特征[J].经济地理,2018(02):197-205+219.
- [6] 马丽君.居民消费价格指数(CPI)与国内旅游需求相关分析[J].软科学,2014(04):6-10.