

读万卷书,行万里路

——学历水平对旅游消费的影响

张超¹, 颜建晔^{2,3}, 康健⁴

(1. 南京大学商学院, 南京 210000; 2. 对外经济贸易大学金融学院, 北京 100029;
3. 北京大学新结构经济学研究院, 北京 100871; 4. 北京大学经济学院, 北京 100871)

摘要: 旅游产业的发展对稳增长、促发展具有重要意义。随着消费升级的推进, 对于涉及消费者主观认知的消费行为, 消费者的学历水平将成为重要决定因素之一。本文基于2016年的中国家庭追踪调查数据, 通过OLS与2SLS方法重点分析了户主学历水平对家庭旅游消费的影响。实证结果表明: 户主学历水平提高显著增加了家庭旅游消费, 家庭现金及存款、净资产、收入增加将显著提高家庭旅游消费, 家庭规模、子女数量增加将显著降低家庭旅游消费; 相比于低收入组家庭, 高收入组家庭户主学历水平、家庭年纯收入提高都将更大程度地促进旅游消费支出; 相比于户主年龄为30岁以下的家庭, 户主年龄为30~39岁以及60岁以上的家庭旅游消费更高。最后结合本文研究结论提出相关建议。

关键词: 学历水平; 旅游消费; 2SLS

中图分类号: F590 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-980X(2020)8-0114-05

我国经济当前正处于投资驱动向消费驱动转型的新阶段, 这意味着作为“三驾马车”之一的消费对经济发展的作用将越来越强。2018年中央经济工作会议指出: “经济运行稳中有变、变中有忧, 外部环境复杂严峻, 经济面临下行压力”。艾媒咨询数据显示, 2018年中国旅游业总收入达6.0万亿元, 对中国GDP的综合贡献为9.9万亿元, 占国内GDP总量的11.0%。促进居民旅游消费对于稳增长、促发展具有重要战略意义, 政府在2019年的工作报告中也指出要“发展全域旅游, 壮大旅游产业”。随着我国居民收入水平不断提高以及社会保障程度不断完善, 对于涉及消费者主观认知的消费行为, 消费者的学历水平将成为重要决定因素之一。在此背景下, 重点研究消费者学历水平对旅游消费的影响不仅有助于认清不同类型居民旅游需求, 更好地满足居民的旅游需要, 也有助于旅游企业针对不同消费者制定差异化的营销策略。

消费者学历水平对旅游消费的影响既可能通过收入产生间接影响, 也可能通过消费知识、技能、认知能力等因素产生直接影响。消费者学历水平对旅游消费的间接影响体现在教育能提高人力资本水平, 进而提高个人工作技能, 提高个人收入, 收入水平的提高能有效提高旅游消费; 消费者学历水平对旅游消费的直接体现教育能培养人的消费观念, 改变人的消费偏好, 如果将读书看作从书本中获取知识, 外出旅行则可以被看作通过亲身体验、开阔眼界来悟出道理, 读书与旅行之间具有相互促进作用^[1], 这将从主观意义上对旅游消费产生影响。

相较于已有文献, 本文的主要创新点: 基于2016年的中国家庭追踪调查数据, 使用户主父母的平均学历水平作为户主学历的工具变量, 进行两阶段最小二乘(2SLS)估计, 克服了因户主学历水平与家庭旅游消费之间可能存在互为因果关系、遗漏变量等所引起的内生性问题, 因而, 能更准确地分析消费者学历水平对旅游消费的影响。

一、文献综述

黄秀娟^[2]基于我国宏观层面的国民收入与旅游消费的数据, 分析了居民收入与旅游消费之间的关系, 发现居民收入的提升将显著提高旅游消费支出。周笋芳和卞显红^[3]基于宏观数据分析了居民收入对旅游消费的影响, 指出提升城镇居民旅游边际消费倾向、提高农村居民纯收入水平, 是提升我国城乡居民旅游消费的

收稿日期: 2019-10-18

作者简介: 张超(1987—), 男, 天津人, 博士, 南京大学商学院博士后, 北京朗姿韩亚资产管理有限公司博士后, 研究方向: 制度金融学、家庭金融; 颜建晔(1980—), 男, 江苏南京人, 博士, 对外经济贸易大学金融学院、北京大学新结构经济学研究院副教授, 研究方向: 机制与市场设计、产业经济学、规制与激励理论、行为经济学; (通讯作者)康健(1983—), 女, 辽宁铁岭人, 博士, 北京大学经济学院博士后, 研究方向: 国际贸易、人口与经济增长。

关键。然而,经典消费理论框架中的决策主体是微观个体,基于家庭微观层面的实证分析能有效克服宏观数据的内生性问题^[4]。家庭特征对旅游消费有重要影响^[5-6],诸多研究基于微观数据,分析了家庭特征如何影响家庭旅游消费。例如,张金宝^[7]重点考察了户主年龄对旅游消费的影响,研究发现当户主年龄在25~34岁时家庭旅游消费支出达到高峰,此后便逐渐降低。王琪延和韦佳佳^[8]基于北京居民的调查数据,重点讨论了居民休闲与收入对其旅游消费的影响。Yan等^[9]指出高学历者更喜欢探究其他地区的新鲜事物,学历水平的提高将增加其出境旅游的动机。王振坡等^[10]基于“2017年天津市居民交通与住房调查问卷”分析了户主学历对家庭旅游消费的影响。余凤龙等^[11]基于苏南农村地区650份问卷分析了户主受教育程度等家庭特征变量对于旅游消费的影响。但以上文献在分析户主学历水平对旅游消费的影响时,没有考虑户主学历水平可能存在的内生性问题,进而无法有效准确分析户主学历水平对旅游消费的实际影响。

二、研究设计

(一)数据来源与处理

本文数据来自2016年的中国家庭追踪调查(CFPS),调查对象覆盖全国除西藏、青海、新疆、宁夏、内蒙古、海南、香港、澳门和台湾之外的25个省/市/自治区的城市与乡村,受访人群包括样本家庭中的所有成员。为分析户主学历水平对家庭消费的影响,本文删除了户主、家庭特征变量为负的异常值,并删除了变量缺失的样本。

(二)计量模型与变量选择

由于家庭资产、收入以及旅游消费等财产/支出一般都以家庭为单位,借鉴家庭特征影响旅游消费的已有研究,本文的实证检验以家庭为单位展开^[7,10-11]。因此在关键变量的代理指标选取方面,本文选择CFPS数据中描述户主最高学历的指标作为户主学历水平的代理变量。在CFPS调查中,描述户主最高学历的调查问题为“姓名”已经完成的最高学历?相应的回答项包括:1.文盲/半文盲;2.小学;3.初中;4.高中/中专/技校/职高;5.大专;6.大学本科;7.硕士;8.博士。户主学历变量对应的数值越大表明户主的学历水平越高。参考已有研究^[7,9-10,12],本文选择的控制变量包括家庭现金及存款总额、家庭净资产、全部家庭年纯收入、家庭人口规模、户主年龄、户主儿子数量、户主女儿数量,并参照王琪延和韦佳佳^[8]的研究,对户主年龄进行了分组。本文对家庭现金及存款总额、家庭净资产、全部家庭年纯收入这类经济型变量对数化处理。

(三)描述性统计

上述变量的描述性统计见表1。家庭每年旅游消费均值为953.79元,户主的平均最高学历为小学以上,家庭现金及存款总额的均值为41780.32元,家庭净资产均值为554244.10元,家庭年纯收入均值为60471.35元,家庭人口规模均值为3.85,户主女儿数量均值为0.97,户主儿子数量均值为1.11,户主年龄均值为56.03岁,户主年龄30岁以下的样本占比为0.4%,户主年龄30~39岁的样本占比为6.8%,户主年龄40~49岁的样本占比为25.2%,户主年龄50~59岁的样本占比为28.5%,户主年龄60岁以上的样本占比为39.1%。

表1 变量描述性统计

变量	样本数	均值	标准差	最小值	最大值
家庭旅游消费	8328	953.79	4350.87	0	100000
户主最高学历	8328	2.41	1.22	1	7
家庭现金及存款总额	8328	41780.32	125072.90	0	6000000
家庭净资产	8328	554244.10	1564270.00	0	8.01×10 ⁷
全部家庭年纯收入	8328	60471.35	56566.71	2000	471100
家庭人口规模	8328	3.85	1.78	1	10
户主女儿数量	8328	0.97	0.94	0	8
户主儿子数量	8328	1.11	0.83	0	6
户主年龄	8328	56.03	11.92	23	95
户主年龄30岁以下	8328	0.4%	0.06	0	1
户主年龄30~39岁	8328	6.8%	0.25	0	1
户主年龄40~49岁	8328	25.2%	0.43	0	1
户主年龄50~59岁	8328	28.5%	0.45	0	1
户主年龄60岁以上	8328	39.1%	0.49	0	1

三、实证分析

运用普通最小二乘(OLS)实证检验户主学历水平对家庭旅游消费的影响,回归结果见表2。为进一步考察不同年龄段户主旅游消费的差异性,表2第(2)列在第(1)列的基础上进一步引入户主年龄分组变量。第(2)列的估计结果显示,户主学历水平提高一个单位,家庭旅游消费显著增加50.7%;家庭现金及存款总额增加1%,家庭旅游消费显著增加0.045%;家庭净资产增加1%,家庭旅游消费显著增加0.201%;全部家庭年纯收入增加1%,家庭旅游消费显著增加0.629%;家庭人口规模增加1人,家庭旅游消费显著降低10.3%,户主女儿数量增加1人,家庭旅游消费显著降低14.9%;户主儿子数量增加1人,家庭旅游消费显著降低26.5%;相

比于 30 岁以下的户主,户主年龄为 30~39 岁时,家庭旅游消费将显著增加;相比于 30 岁以下的户主,户主年龄为 60 岁以上时,家庭旅游消费也将显著增加。

表 2 家庭旅游消费实证结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	ln(家庭旅游消费)			
户主最高学历	0.490*** (17.94)	0.507*** (18.55)	1.226*** (7.53)	1.139*** (7.24)
ln 家庭现金及存款	0.0478*** (7.17)	0.0450*** (6.78)	0.0423*** (5.13)	0.0402*** (4.96)
ln 家庭净资产	0.202*** (8.83)	0.201*** (8.85)	0.170*** (5.71)	0.174*** (5.81)
ln 家庭年纯收入	0.604*** (15.14)	0.629*** (15.82)	0.343*** (5.03)	0.408*** (6.21)
家庭规模	-0.103*** (-5.21)	-0.103*** (-5.27)	-0.0479* (-1.73)	-0.0587** (-2.17)
女儿数量	-0.134*** (-3.81)	-0.149*** (-4.35)	-0.0730* (-1.79)	-0.0938** (-2.37)
儿子数量	-0.239*** (-5.63)	-0.265*** (-6.48)	-0.146*** (-2.69)	-0.188*** (-3.60)
户主年龄	0.0138*** (4.66)		0.0240*** (5.61)	
户主年龄 30~39 岁		1.074** (2.30)		1.014* (1.78)
户主年龄 40~49 岁		0.402 (0.88)		0.651 (1.16)
户主年龄 50~59 岁		0.258 (0.56)		0.409 (0.73)
户主年龄 60 岁以上		1.051** (2.29)		1.467** (2.57)
截距项	-6.914*** (-11.08)	-7.115*** (-9.70)	-6.594*** (-7.37)	-6.611*** (-6.63)
第一阶段 F 统计量			301.52 (0.0000)	308.66 (0.0000)
Kleibergen-Paap rk LM 统计量			229.61 (0.0000)	237.80 (0.0000)
Kleibergen-Paap rk Wald F 统计量			301.52 (0.0000)	308.66 (0.0000)
Anderson-Rubin Wald 统计量			56.91 (0.0000)	51.84 (0.0000)
省份固定效应	控制	控制	控制	控制
N	8328	8328	6464	6464

注:括号内为 t 统计值;*表示 $p < 0.1$, **表示 $p < 0.05$, ***表示 $p < 0.01$ 。

为了克服因户主学历水平与家庭旅游消费之间可能存在互为因果关系、遗漏变量等所引起的内生性问题,本文使用户主父母的平均学历水平作为户主学历的工具变量,进行两阶段最小二乘估计,为了检验工具变量的有效性,本文使用多种统计检验进行判断:根据 Staiger 和 Stock^[13]经验法则,本文第一阶段回归所得 F 统计量均在 1% 水平上显著,说明所选取的工具变量与内生变量之间具有较强相关性。同时, Kleibergen-Paap rk LM 检验、Kleibergen-Paap rk Wald F 检验和 Anderson-Rubin Wald 检验,统计检验结果均在 1% 水平上显著,进一步说明工具变量与内生变量之间具有较强的相关性。回归结果见第(3)列和第(4)列,第(4)列的回归结果显示,户主学历水平提高一个单位,会使家庭旅游消费平均增加 1.139 倍,其他变量回归结果的正负号以及显著性与第(2)列的结果一致。

为了进一步在控制不同家庭收入组别的基础上,分析学历水平对旅游消费的影响,本文按照全部家庭年纯收入的 50% 分位点将家庭分为低收入组与高收入组,其中,第(1)列与第(3)列为普通最小二乘估计结果,第(2)列与第(4)列为两阶段最小二乘估计结果。实证研究发现相比于第(1)、(2)列的低收入组家庭,第(3)、(4)列的高收入组家庭户主学历水平、家庭年纯收入提高都将更大程度的促进家庭旅游消费,此外,表 3 的实证结论与表 2 的实证结论基本一致,实证结果较稳健。

表3 不同收入组别家庭旅游消费实证结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	ln(家庭旅游消费)			
户主最高学历	0.241*** (8.41)	0.468** (2.25)	0.548*** (12.61)	1.313*** (5.69)
ln 家庭现金及存款	0.0231*** (3.60)	0.0263*** (3.28)	0.0618*** (5.52)	0.0530*** (3.93)
ln 家庭净资产	0.0481** (2.49)	0.0549** (2.49)	0.386*** (8.57)	0.296*** (4.83)
ln 家庭年纯收入	0.221*** (5.13)	0.170** (2.57)	1.359*** (10.97)	1.021*** (5.81)
家庭规模	-0.0562*** (-2.93)	-0.0568** (-2.34)	-0.128*** (-3.81)	-0.0585 (-1.25)
女儿数量	-0.0302 (-0.98)	-0.0210 (-0.62)	-0.233*** (-3.51)	-0.141* (-1.68)
儿子数量	-0.0584 (-1.60)	-0.0345 (-0.73)	-0.486*** (-5.95)	-0.354*** (-3.21)
户主年龄	0.00598** (2.08)	0.00821** (2.04)	0.0126** (2.48)	0.0276*** (3.85)
截距项	-4.089*** (-4.26)	-4.231*** (-6.16)	-17.67*** (-11.86)	-16.30*** (-8.78)
第一阶段 F 统计量		87.40 (0.0000)		180.36 (0.0000)
Kleibergen-Paap rk LM 统计量		69.50 (0.0000)		141.48 (0.0000)
Kleibergen-Paap rk Wald F 统计量		87.40 (0.0000)		195.40 (0.0000)
Anderson-Rubin Wald 统计量		4.62 (0.0316)		33.99 (0.0000)
省份固定效应	控制	控制	控制	控制
N	4163	3186	4165	3278

注：括号内为 t 统计值；* 表示 $p < 0.1$ ；** 表示 $p < 0.05$ ；*** 表示 $p < 0.01$ 。

四、结论与建议

本文聚焦于我国家庭户主学历水平对家庭旅游消费的影响。为了缓解回归中学历水平的内生性问题，更准确的分析户主学历对家庭旅游消费的影响，本文通过使用户主父母平均学历水平作为户主学历的工具变量，进行两阶段最小二乘估计，工具变量的回归结果显示，相比于 OLS 回归，户主学历水平的提高对家庭旅游消费促进程度更大。此外，家庭现金及存款、家庭净资产、家庭年纯收入的增加将显著提高家庭旅游消费，家庭规模、女儿数量、儿子数量的增加将显著降低家庭旅游消费；相比于低收入组的家庭，高收入组家庭户主学历水平、家庭年纯收入提高都将更大程度地促进旅游消费支出；相比于户主年龄为 30 岁以下的家庭，户主年龄为 30~39 岁以及 60 岁以上时，家庭旅游消费显著较高。根据本文研究结论，对旅游企业有如下建议：

第一，针对不同财富、收入水平的家庭制定差异化的推销力度，并结合宏观经济环境制定差异化的经营策略。相比于家庭现金及存款、家庭净资产，家庭收入对旅游消费的影响更大，旅游企业推销自身产品时，重点关注高财富家庭的同时，更应关注高收入家庭；与此同时，由于家庭收入受宏观经济环境影响较大，当宏观经济环境不好时，旅游企业可以考虑适当减少业务扩张。

第二，增加亲子游项目，通过增加适合成人与孩子共同出行的项目提升旅游产品竞争力。孩子数量的增加会显著降低家庭旅游消费支出，这一方面可能源于家庭为抚养子女而减少旅游消费；另一方面也可能源于父母为了照顾子女或在家与子女团聚，放弃了部分旅游消费。因此，旅游企业可以考虑增加同时兼顾父母与子女需求的旅游产品，拉动家庭整体旅游消费需求。

第三，重点关注高学历以及有高需求年龄段的客户。高学历户主家庭旅游消费较高，旅游企业适当重点关注高学历、户主年龄为 30~39 岁以及 60 岁以上客户的旅游消费需求，与此同时，加强旅游文化宣传，提高居民对旅游消费的需求。

参考文献

- [1] 张广瑞. 读书与旅游：知识交互验证的过程[N]. 人民政协报，2018-05-18(10).

- [2] 黄秀娟. 我国居民国内旅游消费与居民收入关系的实证分析[J]. 河北经贸大学学报, 2004(5): 31-36.
- [3] 周笋芳, 卞显红. 中国城乡居民收入对旅游消费的影响[J]. 商业研究, 2014(11): 47-54.
- [4] 颜建晔, 张超, 祝伟. 房价上涨是否显著增加有房家庭的消费? ——基于中国家庭行为的理论与实证分析[J]. 改革, 2019(11): 63-74.
- [5] 曾丽艳. 城市居民旅游行为的家庭结构分异研究——以长沙市为例[J]. 资源开发与市场, 2008(10): 950-952.
- [6] 王桂强. 基于家庭结构周期模型的旅游支出预期研究——苏北地区局部调查[J]. 旅游科学, 2008(4): 32-36.
- [7] 张金宝. 经济条件、人口特征和风险偏好与城市家庭的旅游消费——基于国内 24 个城市的家庭调查[J]. 旅游学刊, 2014(5): 31-39.
- [8] 王琪延, 韦佳佳. 北京市居民旅游消费影响因素研究[J]. 北京社会科学, 2018(8): 120-128.
- [9] YAN Z, MA E, QU H L. An explorative analysis of Shanghai residents' outbound travel preferences during global financial crisis[J]. *Anatolia*, 2012, 23(3): 315-327.
- [10] 王振坡, 张馨芳, 王丽艳. 家庭收入、住房财富和旅游消费——基于天津市微观调查数据的分析[J]. 城市发展研究, 2018(7): 106-114.
- [11] 余凤龙, 黄震方, 侯兵. 苏南地区农村居民旅游消费行为的影响路径研究[J]. 旅游学刊, 2018(8): 68-82.
- [12] 王芳, 黄莉芳. 家庭特征对居民消费支出的影响分析——基于中国家庭追踪调查数据[J]. 数理统计与管理, 2019(3): 381-393.
- [13] STAIGER D, STOCK J H. Instrumental variables regression with weak instruments [J]. *Econometrica*, 1997, 65(3): 557-586.

Read Ten Thousand Books, and Travel Ten Thousand Miles: The Influence of Education Level on Tourism Consumption

Zhang Chao¹, Yan Jianye^{2, 3}, Kang Jian⁴

(1. Business School, Nanjing University, Nanjing 210000, China;

2. School of Banking and Finance, University of International Business and Economics, Beijing 100029, China;

3. Institute of New Structural Economics, Peking University, Beijing 100871, China;

4. School of Economics, Peking University, Beijing 100871, China)

Abstract: The development of tourism industry is of great significance to steady growth and promote development. With the promotion of consumption upgrading, the education level of consumers will become one of the important determinants for the consumption behavior involving consumers' subjective cognition. Based on the data of China Family Panel Studies in 2016, the influence of education level of householder on family tourism consumption through OLS and 2SLS methods were mainly analyzed. The empirical results show as follows. The increase of education level of householder significantly increase the family tourism consumption, the increase of cash deposits, net assets and income significantly increase household tourism consumption, while the increase of family size and number of children significantly reduce household tourism consumption. Compared with low-income families, the increase of education level of householder and family income of high-income families promote tourism consumption expenditure to a greater extent. Compared with householder under the age of 30, householder who is 30-39 and over 60 years old spent more on family tourism consumption. Finally, some suggestions are put forward based on the conclusion of this paper.

Keywords: education level; tourism consumption; 2SLS