

doi: 10.7621/cjarrp.1005-9121.20191219

· 研究报告 ·

江苏省农村信息消费的空间格局及其动态演变*

刘冬辉^{1*}, 孟令杰¹, 陈立梅²

(1. 南京理工大学经济管理学院, 江苏南京 210094; 2. 南京邮电大学管理学院, 江苏南京 210003)

摘要 [目的] 信息消费已成为激发经济增长活力的新培育点, 尤其在农村地区, 信息消费存在巨大的发展空间和增长潜力。文章选取长三角重要成员江苏省为例, 从空间相关和空间集聚的角度, 以准确把握农村信息消费的空间关系及格局演变, 以推动全省信息消费的协调发展, 加快推进经济新常态。[方法] 基于1998—2016年各市域单位的经验数据, 利用ArcGIS软件, 对江苏省农村信息消费的基尼系数、Moran's I指数、Getis-Ord General G指数进行测算。[结果] 信息消费市场域差异的基尼系数高于生活消费总支出的基尼系数, 江苏省农村信息消费的Moran's I指数和Getis-Ord General G指数在研究时段内始终为正, 同时Moran's I指数呈现上升的变化趋势。信息消费的空间集聚带来了新的空间分异的不均衡格局。[结论] 江苏省农村信息消费的区域差异显著, 苏北信息消费严重滞后。江苏省农村信息消费呈现空间正相关和空间集聚效应, 并趋于加强, 高值簇的空间集聚效应更加显著, 而低值簇的空间作用相对薄弱, 这种空间关系逐渐形成空间分化的新格局。

关键词 空间相关性 空间集聚 Moran's I指数 基尼系数 信息消费

中图分类号: F49; F30 **文献标识码**: A **文章编号**: 1005-9121[2019]12147-07

0 引言

目前我国经济增长乏力, 正处于加快经济增长模式转轨, 推进经济发展新常态的关键时期。消费作为重要的宏观经济变量, 对经济运行的作用与意义愈发重大。2017年“十九大”报告多次强调以消费升级推动经济发展, 重点指出在中高端消费, 包括信息消费、服务消费等新兴消费领域培育新增长点, 增强消费对经济发展的推动作用。在当下的信息化社会中, 主要依托互联网技术的信息消费, 已然成为引领消费升级的新方向与新领域。自2013年国务院发布《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》以来, 我国居民信息消费快速增长, 信息消费规模由2013年的2.2万亿元增长至2016年的3.9万亿元, 年均增幅达21%, 间接带动经济增长10万亿元以上, 信息消费已成为激发经济增长潜力的重要突破口, 而如何推进信息消费的协调可持续发展成为关键, 这也是该文所要讨论的核心问题。我国信息消费增长迅速, 发展态势良好, 但在城乡二元结构下, 农村信息消费严重滞后^[1-2], 对城乡的一体化发展带来不利影响, 鉴于此, 文章重点考虑农村信息消费。

信息消费视域下的空间差异是区域发展不协调、不平衡的必然结果, 空间分化问题由来已久, 而重点在于如何优化资源配置, 统筹区域协调发展, 促进信息消费的协同增长。针对此, 大多学者从影响因素的角度考虑如何改善信息消费的空间差异, 主要包括居民收入^[3-5], 信息设备拥有量、居民受教育程度^[6-7], 公共投资^[8]等, 鲜有学者从空间相关性与空间溢出的角度把握信息消费区域发展的内在机制和空间效应。随着科学技术的不断转移渗透, 以及共享经济模式的推进, 探讨信息消费的空间渗透效应与空间作用机制对改善信息消费的空间分布不均衡、促进经济发展新常态具有重要意义, 这也是该文的创新点所在。

收稿日期: 2018-09-19

作者简介: 刘冬辉(1992—), 女, 江苏徐州人, 博士生。研究方向: 区域经济。Email: liudhchina@163.com

*资助项目: 国家社会科学青年项目“城市化背景下我国城乡居民信息消费研究”(14CTQ019); 中央高校基本科研业务费专项资金资助(30917014108)

江苏省作为长三角经济带的重要成员,经济增长和居民消费都备受瞩目。鉴于此,该文以江苏省为研究典型,从空间相关性和空间集聚的角度,客观描述农村信息消费的空间格局及其动态演变,科学分析信息消费的空间效应、流动规律及空间关系,在此基础上准确把握改善信息消费空间分化的关键点与着力点,旨在推动全省信息消费的协调增长,充分释放市场活力,进一步强化消费对经济增长的稳定作用与驱动作用,加快推进经济新常态。

1 数据选择与实证方法

1.1 数据说明

目前学术界对信息消费的内涵仍没有统一定义,而我国也没有专门的信息消费统计,其基本含义为:获取信息产品和服务所进行的消费均属信息消费,主要包括对获取信息的手段、工具、设备的消费。目前主流的核算方法是以交通通信、文化教育娱乐用品与服务、医疗保健3项总支出作为信息消费支出,此统计方法虽与信息消费本意有一定出入,但是信息消费在其中占有绝对大的比重,误差较小;另外这3项指标数据均可由统计年鉴获得,数据具有一定的权威性和代表性,可操作性强,因此这种计量方法受到广泛采用^[2,6-10]。兼顾数据的完备性及与其他研究的可比性,该文沿用这种统计口径,基于《江苏省统计年鉴》及各地市统计年鉴,收集了1998—2016年江苏省各地市农村交通通信、文化教育娱乐、医疗保健的人均消费额,并以3项支出总和作为人均信息消费支出。

1.2 基尼系数

Gini 系数是用来衡量考察变量区域差异的一种常用指标,其计算公式为:

$$Gini = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n |x_i - x_j|}{2n^2 \bar{x}} \quad (1)$$

式(1)中, x_i 、 x_j 分别表示第*i*、*j*个地市的农村信息消费支出, n 表示地市个数($n=13$) $\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$,表示所有地市农村信息消费支出的均值。*Gini*系数的取值均在0~1之间,取值越大表明考察变量的区域差异越大,区域非均衡发展程度越高^[11]。

1.3 Moran's I 指数

Moran's I 指数是检验全域空间相关性的常用统计量,该文采用 Moran's I 指数来检验江苏省农村信息消费的空间相关性,其计算公式为:

$$I = \frac{n \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij} (x_i - \bar{x}) (x_j - \bar{x})}{(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij}) \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \quad (2)$$

式(2)中, X_i 、 X_j 分别表示第*i*、*j*个地市的农村信息消费支出, n 表示地市个数($n=13$) $\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$,表示所有地市农村信息消费支出的均值, W_{ij} 为空间权重矩阵(若地区*i*和地区*j*空间相邻取值1,不相邻取值0)。Moran's I 取值范围为 $[-1, 1]$,若 Moran's I 显著为正,表明江苏省农村信息消费存在空间正相关关系;若 Moran's I 显著为负,表明存在空间负相关关系;若 Moran's I = 0,表明江苏省农村信息消费不存在空间相关性^[12-13]。

1.4 Getis-Ord General G 指数

该文进一步采用 Getis-Ord General G 指数来识别空间集聚是高值簇(热点, hot spots)还是低值簇(冷点, cold spots),其计算公式为:

$$G(d) = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij}(d) x_i x_j}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_i x_j} \quad (3)$$

式 (3) 中, x_i 、 x_j 分别表示第 i 、 j 个地市的农村信息消费支出, n 表示地市个数 ($n = 13$) $W_{ij}(d)$ 是基于距离规则的空间权重 (若地区 i 和地区 j 的空间距离小于 d 取值 1, 否则取值 0)^[14,8-12]。

2 信息消费的空间分布不均衡

2.1 信息消费空间差异的统计分析

基于 1998—2016 年数据, 首先根据信息消费水平由高到低的排列顺序, 将 13 个地市分为高信息消费群体 (排名 1~5) 中信息消费群体 (排名 6~9) 低信息消费群体 (排名 10~13) 并对群体间信息消费水平的差距进行测算, 结果如表 1 所示。

表 1 不同水平信息消费群体的地市组成及群体间信息消费差额

不同信息消费群体	1998 年		2007 年		2016 年	
	所包含地市	群体差值	所包含地市	群体差值	所包含地市	群体差值
高信息消费群体	苏州/无锡/南京/常州/镇江	—	苏州/无锡/南京/常州/镇江	—	苏州/无锡/南京/常州/镇江	—
中信息消费群体	扬州/南通/泰州/盐城	291	扬州/南通/泰州/徐州	886	扬州/南通/泰州/盐城	1 185
低信息消费群体	淮安/连云港/宿迁/徐州	148				
中、低群体差值	淮安/连云港/宿迁/盐城	444				
中、低群体差值	淮安/连云港/宿迁/徐州	1 146				

注: 不同群体的信息消费水平为所包含地市的均值, 单位: CNY

不管是高、中信息消费群体的差值, 还是中、低信息消费群体的差值, 均呈现扩大趋势, 表明江苏省农村信息消费的区域差异显著, 低信息消费群体的信息消费水平严重滞后。在 3 个时间节点上, 高信息消费群体所包含的 5 个地市正好构成地理位置上的苏南地区, 低信息消费群体所包含的地市均处于苏北地区, 而中信息消费群体市域也呈现以苏中地区为主的连片集中特征, 由此可直观判断, 江苏农村信息消费呈现一定的空间集聚特征。

2.2 信息消费空间差异的时序变化特征

基于以上统计描述, 该文运用基尼系数进一步考察江苏省农村信息消费市场差异的整体表现, 以全面把握江苏省农村信息消费区域差异的尺度及动态变化规律。样本区间内的基尼系数测算结果如图 1 所示。

整体来看, 江苏省农村居民的信息消费系数显著大于生活总消费基尼系数, 表明信息消费的市域差异更大, 信息消费不同于衣食住行等基本生活消费, 信息消费更多的是居民在满足基本需求后更高层次的生活需求, 其对区域经济水平、居民收入水平的反应更加敏感, 缩小信息消费的市域差异是改善江苏省居民消费不均衡、区域发展不平衡的重要着力点。江苏省市域农村信息消费基尼系数呈现下降—小幅上升—下降的变化特征。20 世纪末, 信息产品及服务处于发展的新兴阶段, 消费群体不断扩大, 普及率快速上升, 区域差异随之缩小。随着居民信息消费水平的不断提高, 消费需求和消费载体逐渐多样化, 信息产品和服务更新换代的速度加快, 而基于居民支付能力、生活需求及消费环境等方面的区域差异, 进一步带来信息消费市域差异的小幅上升。2010 年以来, 随着信息消费市场的不断成熟, 全省农业信息化示范工程的成

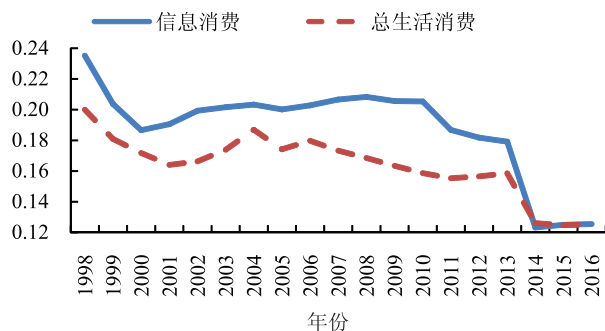


图 1 1998—2016 年信息消费基尼系数及生活总消费基尼系数变化

功实施（包括无锡市阳山水蜜桃的防伪系统、常熟市的董浜智能农业项目）以及产业现代化进程的加快，江苏省农村信息消费的市域差异状况得到一定的改善，基尼系数有所下降。

3 信息消费的空间格局演变

3.1 空间相关性检验

以上对江苏省农村信息消费市域差异的测算结果表明，各地市的信息消费呈现一定的空间集聚特征，据此该文利用 Moran's I 指数对地市农村信息消费的空间相关性进行检验，以准确判断空间集聚特征是随机分布还是空间相关性的结果。同时对 Getis-Ord General G 指数进行测算，识别空间集聚是高值簇（热点）还是低值簇（冷点）。基于江苏省 13 个地市的农村信息消费数据，运用 ArcGIS 软件对 Moran's I 指数和 Getis-Ord General G 指数的测算结果如表 2 所示。

表 2 1998—2016 年信息消费支出的空间相关性特征值

年份	Moran's I	Z (I)	P (I)	G	Z (G)	P (G)
1998	0.427 3	3.292 2***	0.000 9	0.331 4	2.092 9**	0.036 4
1999	0.435 7	3.275 4***	0.001 1	0.324 3	2.193 3**	0.028 3
2000	0.398 1	2.947 5***	0.003 2	0.322 8	2.390 5**	0.016 8
2001	0.376 7	2.894 4***	0.003 8	0.318 7	2.106 2**	0.035 2
2002	0.432 3	3.243 3***	0.001 2	0.319 2	2.045 2**	0.040 8
2003	0.459 8	3.366 1***	0.000 8	0.325 2	2.275 1**	0.022 9
2004	0.446 8	3.268 6***	0.001 1	0.323 0	2.162 9**	0.030 5
2005	0.388 1	2.946 7***	0.003 2	0.316 8	1.926 0*	0.054 1
2006	0.501 7	3.611 3***	0.000 3	0.323 4	2.219 0**	0.026 5
2007	0.499 5	3.590 0***	0.000 3	0.326 5	2.299 3**	0.021 5
2008	0.520 1	3.701 9***	0.000 2	0.323 4	2.156 1**	0.031 1
2009	0.480 1	3.500 7***	0.000 5	0.321 6	2.109 6**	0.034 9
2010	0.504 1	3.620 4***	0.000 3	0.323 9	2.198 7**	0.027 9
2011	0.527 8	3.830 0***	0.000 1	0.317 1	2.125 3**	0.033 6
2012	0.494 0	3.686 5***	0.000 2	0.312 0	1.946 0*	0.051 7
2013	0.523 7	3.797 1***	0.000 1	0.315 3	2.138 3**	0.032 5
2014	0.521 4	3.344 8***	0.000 8	0.293 3	1.858 7*	0.063 1
2015	0.512 7	3.188 1***	0.001 4	0.293 6	1.799 4*	0.071 9
2016	0.520 3	3.317 0***	0.009 1	0.301 7	2.082 8**	0.039 4

注：*** 表示 0.01 的显著性水平；** 表示 0.05 的显著性水平；* 表示 0.1 的显著性水平

1998 年以来，Moran's I 指数的 Z 统计量 (Z (I)) 全部通过 $\alpha = 0.01$ 的显著性检验，表明江苏省农村信息消费水平具有显著的空间相关性，进而解释了农村信息消费的空间集聚并不是随机分布，而是空间相关性的结果。同时 Moran's I 指数全部为正值，表明农村信息消费水平在研究空间中呈现正相关关系，信息消费水平接近的市域在地理空间上趋于集聚，即信息消费水平较高的市域趋于相邻，信息消费较低的市域趋于相邻，存在一定的空间“示范效应”。整体来看，Moran's I 指数呈上升的变化趋势，表明信息消费的区域正相关性不断增强，空间集聚态势趋于加强。Getis-Ord General G 指数均显著为正，进一步表明信息消费接近的区域集聚性显著。同时检验统计量 Z 值也显著为正，表明区域中的高值集聚（高值簇）更加显著，即信息消费水平高于平均水平的市域集聚性更好。

3.2 空间格局演变

该文进一步讨论在这种空间集聚特征下，江苏省农村信息消费的空间分布格局以及区域分布不均衡的具体表现。据此，该文选取期初（1998 年）、期中（2007 年）、期末（2016 年）3 个研究时点，利用

ArcGIS 软件, 根据 Jenks 最佳自然断裂法^[15]将江苏省 13 个地市分为高信息消费区域、较高信息消费区域、较低信息消费区域、低信息消费区域 4 种类型, 结果如图 2 所示。

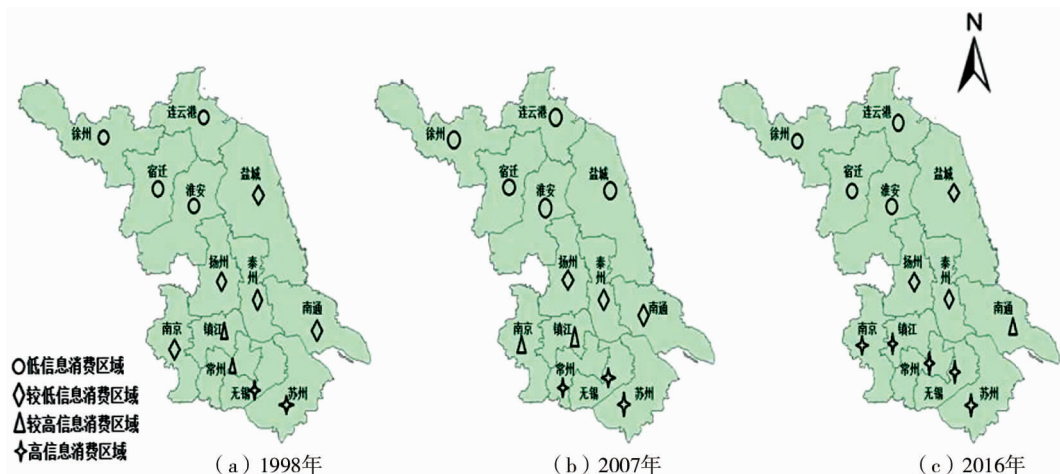


图 2 江苏省市域农村信息消费水平的空间格局演化

(1) 江苏省农村信息消费呈现较强的空间集聚分异特征。在研究时段的期初、期中、期末 3 个时点上, 各信息消费水平区域的市域组成均倾向于连片集中, 表明随着区域经济一体化的不断推进, 市域之间的各种联系逐步增强, 相互影响, 相互作用, 但这种空间集聚同时也带来了新的空间分异的不均衡格局。

(2) 1998 年高信息消费区域仅包括苏州和无锡两个市域, 2007 年常州加入, 2016 年南京与镇江加入, 信息消费水平的高值簇始终在苏南地区流动; 低信息消费区域中仅有盐城市发生变动, 苏北地区的其他 4 个市域一直处于低信息消费水平, 低值簇一直在苏北地区发生空间变迁, 表明江苏省农村信息消费呈现显著的由南向北梯度递减的空间分布规律, 并且这种分布格局已形成常态。苏南、苏中、苏北在要素禀赋、经济基础等方面存在较大差异, 区域发展不均衡问题由来已久, 但在新一轮的经济发展周期和经济形态下, 如果任由市域间差异的扩大, 则会严重影响省域的全面协调发展。

(3) 苏南地区尤其是与上海紧密相连的苏州市, 其农村信息消费水平始终遥遥领先。高信息消费区域不断扩大, 市域间正相关和空间集聚的区域作用更强烈, 一方面是由于高水平市域的经济基础良好、居民收入高、基础设施完善等因素, 另一方面是由于相邻发达地区的有效辐射和带动作用, 市域间的“示范效应”更具成效。而广大苏北市域由于经济发展滞后, 居民收入水平低, 消费意识薄弱, 同时受到发达地区的辐射作用较小, 空间的相互作用较弱, 由此表现为低信息消费区域。

4 研究结论与政策建议

信息消费的空间差异一直是备受关注的问题, 该文从空间集聚、空间流动和辐射的角度, 以市域为研究单元, 对江苏省农村信息消费的空间格局及空间关系展开讨论, 结果表明: 高、中、低信息消费群体的信息消费差距呈现扩大趋势。信息消费的市域差异比生活消费总支出的市域差异更加显著, 作为生活消费的重要构成, 信息消费在一定程度上加剧了居民消费的区域不均衡。江苏省农村信息消费存在显著的空间正相关关系并趋于加强, 即信息消费接近的市域在空间分布上也恰好集中, 呈现较强的空间集聚特征。这种空间关系在促进邻近市域信息消费协调增长的同时, 也带来了新的空间分化格局, 逐渐形成苏南—苏中—苏北的格局演变, 苏北广大市域的信息消费严重滞后。高信息消费区域(高值簇)的空间正相关和空间集聚更加显著, 而低信息消费区域(低值簇)的空间作用相对薄弱。

根据研究结论, 该文提出以下政策建议。

(1) 充分发挥农村信息消费的空间辐射与溢出效应, 促进消费的协同发展。江苏省农村居民的信息

消费呈现显著的空间正相关与空间集聚特征,基于此,应着重打破信息消费增长、消费升级的空间限制与地理隔阂,可通过发展产业链、加快技术转移、开辟经济项目绿色通道、引进农业示范工程等途径加大发达市域向落后市域的辐射程度和速度,实现点对点的扶持,深化区域间的发展渗透,加强区域间的关联度与融合度,推动信息消费的协同发展。

(2) 推进区域间“以点带面”的发展模式,加快区域经济一体化进程。充分利用江苏省的地理位置优势,比如连云港港口,大力发展港口贸易,推动区域经济增长,形成“以点带面”的发展模式,紧密市域间的相互联系和相互作用。苏南地区农业信息化快速发展,其中无锡市阳山水蜜桃防伪系统、常熟市董浜智能农业项目等示范工程,可为其他市域的产业调整与农业信息化发展提供可靠的技术支撑与宝贵的实践经验,促进区域的全面协调发展。

(3) 完善信息化基础设施建设,释放消费潜力,促进信息消费增长。信息化基础设施的先进和完备是推动居民信息消费增长、消费结构优化的基础和保障。尤其在信息消费严重滞后的苏北地区,政府应加大信息化基础设施的资金投入和技术转移,确保良好的消费环境与过硬的技术支撑,以有效刺激居民消费潜能,充分释放市场活力,进而优质高效地推进信息消费增长,促进全省的全面协调发展。

参考文献

- [1] 肖婷婷. 我国城乡居民信息消费比较——基于2000—2007年的实证. 经济问题, 2010(2): 46-48.
- [2] 张肃. 中国城乡居民信息消费差异性的面板协整分析. 统计与决策, 2017(1): 127-130.
- [3] 郑丽, 赵严冬, 唐守廉. 信息产业发展水平对居民信息消费的门槛效应——基于面板数据的实证研究. 情报科学, 2016, 34(3): 79-84.
- [4] 张慧芳, 艾天霞. 城镇居民收入增长与信息消费结构演变——基于省级面板数据的实证研究. 经济问题探索, 2016(12): 82-89.
- [5] 马哲明, 李永和. 我国农村居民信息消费与其收入关系研究. 情报科学, 2011, 29(11): 1701-1704.
- [6] 岳琴, 葛继平, 张凤海. “一带一路”枢纽省市信息消费水平影响因素实证研究. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2016, 33(3): 142-148.
- [7] 李婵娟, 王子敏, 马万里. 农村居民信息消费省际差异的影响因素与贡献测度——基于Shapley值过程的实证分析. 情报科学, 2017, 35(8): 146-152.
- [8] 王平, 陈启杰, 杨焯军. 农村居民信息消费与居民收入、公共投资的关系研究——基于VAR模型的实证检验. 消费经济, 2017, 33(5): 50-57.
- [9] 张肃. 中国城镇居民信息消费的空间相关性影响因素分析——基于动态空间杜宾面板模型的实证研究. 数据分析与知识发现, 2017, 1(5): 52-61.
- [10] 王林林, 黄卫东, 仲伟俊. 中国城镇居民信息消费差异性研究. 情报科学, 2010, 28(9): 1392-1396.
- [11] Jiandong Chen, Shulei Cheng, Malin Song. Decomposing inequality in energy-related CO₂ emissions by source and source increment: The roles of production and residential consumption. Energy Policy, 2017, 107: 698-710.
- [12] Andrew D J, Yubraj A, Lindsay P G. Urbanicity Gradients Are Associated with the Household-and Individual-Level Double Burden of Malnutrition in Sub-Saharan Africa. The Journal of Nutrition, 2016, 146(6): 1257-1267.
- [13] 吴嘉惠, 吴克宁, 李晨曦, 等. 土地利用经济效益耦合协调度及空间差异研究——以京津冀地区为例. 中国农业资源与区划, 2017, 38(6): 38-44.
- [14] 王庆喜, 蒋焯, 陈卓咏. 区域经济研究实用方法: 基于ArcGIS, GeoDa和R的运用. 北京: 经济科学出版社, 2014: 8-12.
- [15] 矫卫红. 山东省新型城镇化发展水平空间格局研究. 中国农业资源与区划, 2018, 39(7): 181-187.

THE SPATIAL PATTERN AND ITS DYNAMIC EVOLUTION OF THE INFORMATION CONSUMPTION IN RURAL AREAS OF JIANGSU PROVINCE*

Liu Donghui^{1*}, Meng Lingjie¹, Chen Limei²

(1. School of Economics and Management, Nanjing University of Science and Technology, Nanjing, Jiangsu 210094, China;

2. School of Management, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing, Jiangsu 210003, China)

Abstract Information consumption has become a new nurturing point to stimulate economic growth, and especially in rural areas, it seems to have broader development space and larger growth potential. Thus this paper pay attention to the information consumption in rural areas. It is known that Jiangsu Province is an important

member of the Yangtze River Delta and we take this province as an example. We focus on the spatial correlation as well as spatial agglomeration of information consumption and try to accurately describe the spatial relationship and pattern evolution of rural information consumption. Then we aim to promote the coordinated development of information consumption in the whole province and accelerate the new normal economy. We adopted a panel data in this study containing 13 cities in Jiangsu province and the sample period runs from 1998 to 2016 with yearly data. We applied the Gini coefficient, Moran's I index and Getis-Ord General G index to examine the spatial relationship and described the spatial pattern of rural information consumption in Jiangsu province. The calculations and spatial-distribution maps of rural information consumption in Jiangsu province were available based on ArcGIS software. The empirical results revealed that the Gini coefficient of regional difference of information consumption was higher than that of total living consumption. In addition, the Moran's I index and Getis-Ord General G index of rural information consumption in Jiangsu province were proved to be always positive during the whole sample period, and the Moran's I index demonstrated an upward trend. Besides, it was evident that the spatial agglomeration of information consumption had brought about a new pattern of uneven spatial distribution. The results provide strong evidence for the existence of the regional difference of rural information consumption in Jiangsu province and we find that the rural information consumption in Northern Jiangsu province is seriously lagging behind. On the other hand, we can conclude that the significantly positive spatial autocorrelation and spatial agglomeration effect are present in rural information consumption of Jiangsu province, which tend to be stronger and more significant during our sample period. Furthermore, it is proved that the spatial agglomeration effects are different between the cluster of high information consumption and the cluster of low information consumption. In particular, the spatial agglomeration effect of the cluster of high information consumption appears to be more significant than that of the cluster of low information consumption, which has brought new spatial heterogeneity patterns for rural information consumption in Jiangsu province.

Keywords spatial correlation; spatial agglomeration; Moran's I; Gini coefficient; information consumption

欢迎订阅《中国农业资源与区划》杂志

《中国农业资源与区划》杂志（月刊）是中国农业科学院农业资源与农业区划研究所、中国农业资源与区划学会联合主办的指导性与学术性相结合的综合性刊物，主要宣传农业资源开发利用与保护治理、农业计划、农业发展规划、农业投资规划、农村区域开发、商品粮基地建设等方面的方针政策；介绍农业资源调查、农业区划、区域规划、区域开发、农村产业结构布局调整、农村经济发展战略研究、持续农业等方面的经验、成果和国外动态，以及新技术、新方法的应用，探讨市场经济发展和运行机制与农业计划、农业资源区划的关系和影响，推动农业计划和农业资源区划学术理论发展，普及有关基础知识。本刊面向从事农业资源调查和区划、农业发展计划、规划的干部、科技人员、大专院校师生及广大农村干部。

《中国农业资源与区划》杂志为月刊、国内外公开发行，大 16 开本。每册定价 40.00 元，全年每套 480.00 元。

地址：北京市海淀区中关村南大街 12 号中国农科院资源所区划楼 318 邮编：100081

订阅款只接受银行汇款

开户行：农行北京北下关支行

行号：103100005063

账号：11050601040011896

单位名称：中国农业科学院农业资源与农业区划研究所

请在附言中标注“订刊款+单位名称”

汇款后请尽快与编辑部联系登记发票抬头、纳税人识别号、发票邮寄等信息。

联系电话：010-82108697，陈老师（期刊订阅） 传真：010-82108697

Email: quhuabjb@caas.cn 邮发代号：2-732

投稿网址：www.cjarrp.com 微信公众号：cjarrp