

收入不平等对中国家庭可见性支出的影响^{*}

周广肃 樊 纲 马光荣

内容提要:收入不平等的加剧会提高人们追求社会地位的动机,从而促使家庭通过增加可见性支出来彰显自己的地位。本文使用 2010 年中国家庭追踪调查(CFPS)数据证实,收入差距的扩大,促使家庭购置面积更大、花费更高的房屋,同时会显著增加家户的礼金支出。对机制的探究发现,收入差距确实降低了人们自评社会地位,提高了追求社会地位的动机,而且随着收入差距扩大,相对低收入家庭的可见性支出提高幅度更大。

关键词:收入差距 社会地位寻求 可见性支出 礼金支出 住房支出

作者简介:周广肃,中国人民大学劳动人事学院副教授、博士,100872;

樊 纲,中国国民经济研究所所长、北京大学汇丰商学院教授、博士,100038;

马光荣,中国人民大学财政金融学院副教授、博士,100872。

中图分类号:F063.2 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-8102(2018)11-0021-15

一、引 言

近年来,中国家庭的人情支出负担日益加重,亲友间赠送礼金礼物的数额不断“水涨船高”。^①与此同时,不论是在农村还是在城镇地区,家庭用于建造或购买房屋的支出也在快速上升,邻里之间竞相攀比建造更大、购买更贵的房子。人情支出和住房支出成为家庭的“两座大山”。人情和住房的过度支出可能会排挤基本生活必需品支出,甚至降低人们用于教育和健康的支出,从而会影响家庭的福利水平和长期收入(Chen 和 Zhang, 2011; Frank, 2005, 2008)。

本文为近年来中国的高人情支出和高住房支出提供了另外一种统一的解释:日渐扩大的收入差距导致家庭通过提高可见性支出的方式去追求社会地位,从而导致人情支出和住房支出的激增。人情和住房都具有明显的他人可见性,人们用于这些方面的支出,不仅可以享受它们本身带给人们的效用,还能够显示社会地位所带来额外的效用。因此,这些支出可以被称为“可见性支出”(Visible)或“社会地位支出”(Positional),按照凡勃伦(Veblen, 1899)的定义,它们也可以被

^{*} 基金项目:国家自然科学基金项目“机会不均等、家庭投资决策与经济增长”(71703076);国家自然科学基金项目“财政转移支付对经济发展影响的微观作用机制”(71403278)。感谢匿名审稿人的宝贵意见,当然文责自负。

^① 根据国家统计局太原调查队调查,2009 年,人情支出已成为太原市居民除食品、教育以外的第三大支出。与 10 年前相比,至少增长了 3 倍,而同期的人均可支配收入才增长 1 倍多。

称为“炫耀性支出”(Conspicuous)。^①在地狭人多的中国,家庭之间在地理距离上居住得较为紧凑,同一农村村落或城市社区内的家庭通常具有亲缘关系或在同一单位工作的同事关系,因此家庭之间存在较为紧密的社会互动。在这种紧密的社会互动当中,家庭的住房大小和人情往来数额多寡能够非常鲜明地反映社会地位高低,是中国特定环境下可见性支出的一种具体表现形式。

改革开放以来,中国居民收入快速增加,与此同时,中国居民收入差距呈现日益扩大的趋势。根据国家统计局的统计,中国居民收入的基尼系数在2008年达到顶峰的0.49,之后虽有轻微下降,但在2014年仍然高达0.47左右。随着收入差距的扩大,个人或家庭追求相对社会地位的动机将会加强,从而倾向于增加可见性支出来显示较高的社会地位。社会地位主要是指个人或群体在社会公允价值体系下的排位(Weiss和Fershtman,1998),排位的标准通常包括收入、财富、职业、教育、家庭背景等。追求进而获得较高的社会地位,不仅会带来精神层面的回报(如信任、荣誉、成就感、认同感等等),还会带来直接的物质回报。尤其是在改革开放的今天,因财产和收入导致的经济上的不平等日益严峻,收入差距扩大导致社会分层更加明显,较高社会地位带来的收入也因而进一步增加。因此,收入差距可能提高人们追求社会地位的动机,从而通过以下渠道增加可见性支出水平。首先,由于可见性支出所具有的信号发送功能,家庭消费更多的可见性物品可以彰显更高的社会地位。当收入差距拉大时,人们越希望显示自己相对他人的社会地位,通过可见性支出向外界发送社会地位信号所获得的效用提升也会相应越大。其次,当收入差距越大时,收入就越向富裕的人集中,由于富人可以负担更多的礼金和房屋等可见性支出,较低收入的人为了跟富人进行社会地位攀比或者追随,也需要花费更多的钱用于可见性商品支出。

本文使用2010年中国家庭追踪调查(CFPS)全国代表性家户的调查数据,考察了收入差距对中国家庭可见性支出的影响。结果显示,收入差距扩大会显著影响人们建造或购买房屋的面积大小和支出水平,以及赠送亲友礼物礼金的花费。机制分析表明,为了在收入差距扩大的背景下提高相对社会地位,中国家庭倾向于通过提高当下的可见性支出来提高相对社会地位,而这种作用在相对收入更低的家庭表现得更为明显。我们发现,由于住房支出是中国家庭储蓄的一项重要用途,收入差距扩大刺激了家庭的住房支出,从而为居民高储蓄的最终流向提供了新的解释。

本文以下部分的结构安排如下:第二节是文献综述,回顾总结关于可见性支出的国内外研究文献,并指出本文可能的贡献;第三部分介绍本文所使用的数据,建立计量模型并描述主要变量;第四部分报告主要实证结果,并进行稳健性检验;第五部分是对实证结果的进一步讨论;第六部分总结全文。

二、文献综述

消费给人们带来的效用并不仅仅来自消费品本身,还有通过自身消费品与他人的比较而带来社会地位方面的效用。Veblen(1899)在著名的《有闲阶级论》当中提出:“消费是财富的象征,代表

^① 当然,住房同时具有消费品和投资品的属性。通常情况下,在统计数据中,并不将住房支出记为家庭支出。但是,在本文的语境下,当我们讨论住房可以带来人在社会地位方面的效用时,住房就体现了它作为消费品的属性。

了一种尊荣,而不能消费则是人的一个污点。”这一思想也体现在 Duesenberry (1949) 提出的“相对消费假说”上,即人们不仅关心自身的消费水平,也关心自己相对于其参照组 (Reference Group) 的消费水平。中国家庭之间存在“与邻居比阔”的现象,美国俗语也有“Keep up with the Joneses”,这都是人们通过消费彰显相对社会地位的生动写照。当然,并不是所有消费品都能有效地显示社会地位的高低。某些消费品具有较强的他人可见性,即这些物品在不同人群之间的消费水平可以非常容易地进行比较。因而,这些可见性消费品具有较强的信号发送功能,可以通过更多的消费来显示更高的社会地位,从而带给人们额外的效用。因此,这些支出也经常被称为社会地位支出或炫耀性支出。目前,已有一些研究借鉴经济学的信号模型 (Bagwell 和 Bernheim, 1996; Corneo 和 Jeanne, 1997),揭示了可见性消费品通过发送信号显示社会地位的机制。

近年来,大量研究开始实证考察人们在可见性消费品上的支出行为。这些研究大都是比较同一国家内不同种族或身份之间的人在可见性支出上的差异,从而验证了追求社会地位是人们进行可见性支出的重要动机。Charles 等 (2009) 发现,由于美国黑人平均收入低于白人,黑人因其肤色容易显示较低的社会地位,因此黑人更有动机通过可见性支出向外界发送信号,以显示自己的社会地位。他们指出,相比于具有同等收入的白人,黑人会在衣着、个人护理、汽车、珠宝等可见性物品上支出得更多。与之类似,Khamis 等 (2012) 发现,印度低种姓人群具有更多的可见性支出;Kaus (2013) 发现,南非的黑人和有色人种相比白人会花费更多的可见性支出;Danzer 等 (2014) 使用哈萨克斯坦的数据,发现城市外来移民比原住居民有更多的可见性支出,这是因为外来移民更需要显示自身的社会地位。不过,这些研究都没有考察社会整体的收入差距扩大对可见性消费品的影响,而收入差距扩大会提高一个社会中个人或家庭追求社会地位的动机。

目前,使用中国数据研究追求社会地位与居民支出行为关系的文献并不多。孟祥轶等 (2010) 基于北京市城镇家庭数据,发现家庭可见性支出高低与教育程度、离退休人口数量、无收入人口数量、行业以及职业等因素有关。但是,他们没有考察收入差距对可见性支出的影响,而且他们所考察的可见性支出包括服装、珠宝、外观修饰、手表等,但没有考察住房和人情花费这两项更重要的可见性支出。Wei 和 Zhang (2011) 发现,中国男女性别比失衡导致男性为追求配偶而需要建造或购买更大的住房,从而为中国高房价提供了一个解释。在解释中国家庭人情支出上,很多研究将人情支出视为一种社会资本投资,人情支出通过扩大家庭的社会网络而有助于分担风险 (杨文等, 2012)。但是这些研究忽视了人情支出作为一种可见度较高的支出,还具有彰显社会地位的作用。与既有研究相比,本文则从收入差距提高人们寻求社会地位动机的角度,为中国家庭的高人情支出和高住房支出提供了一个新的解释。

目前,也有研究考察了收入差距对居民消费行为的影响,^①但都没有明确考察收入差距对可见性支出的影响。金烨等 (2011) 使用中国城镇住户调查数据,发现收入差距扩大抑制了居民的消费。他们认为,这是由于收入差距变大后,人们为追求社会地位而具有更强的储蓄动机。但是,人们为追求社会地位而储蓄的目的是为了将来进行某种消费或投资。只有最终将储蓄用于可见性消费,才能有效提升社会地位,而他们没有考察收入差距是否扩大了可见性消费。与金烨等

① 传统的理论一般认为收入差距的扩大会对消费产生抑制作用。首先,收入差距的扩大通常伴随着收入向富人的集中,而边际消费倾向随收入的提高而降低,所以较大的收入差距会引起社会平均消费水平的下降 (陈斌开, 2012)。其次,收入差距扩大,通常会带来仇富情绪的集聚和社会矛盾的激化,在这种情况下,个人倾向于在消费时更加保守和隐秘,从而带来平均消费水平的下降。

(2011)的发现不同,Sun 和 Wang(2013)使用中国农村住户调查数据得出了相反的结论——收入差距增加了居民消费。不过,他们也没有考察这其中具体是何种消费类别因此增加,也没有阐明收入差距增加居民消费的机制。

三、数据、变量与模型设定

(一)数据

本文所使用的数据为中国家庭追踪调查(CFPS)2010年调查数据,CFPS是由北京大学中国社会科学调查中心和美国密歇根大学调查中心等机构共同调查执行。该数据主要包括村居数据、家户数据、家户成员数据、成人数据和儿童数据五个模块,是两年一期的跟踪调查数据,在2008年和2009年进行了小样本的预调查和追踪调查之后,于2010年开展了第一期全国层面的调查。

CFPS 2010年调查数据总体抽样框涉及中国25个省份,^①涵盖了中国95%的人口,样本具有充分的全国代表性。抽样方法的设计采用分层、多阶段、与人口规模成比例的概率抽样方式,并且分三个阶段来完成:第一阶段抽取144个行政性区(县),第二阶段抽取640个行政性村居,第三阶段抽取14000多个常住家庭户,最终形成一个全国代表性的样本框和五个用于省级层面推断的样本框。^② 本文使用的数据为全国代表性样本的样本框,经过处理后的家庭样本共有8245个。^③

本文研究使用的数据主要来自家户数据和成人数据两个模块。家庭问卷的目的在于了解样本个体生活的家庭环境,包括家庭的社会经济活动(收入支出情况)、社会关系网络、生活设施、资产、社会经济地位。个人问卷的目的在于了解样本个体的状况,包括个体成长的家庭环境、受教育的历史与现状、职业状况、经济状况、代际关系等。该数据对家户的资产、收入(纯收入)和支出情况进行了详细的调查,并且包含了家户不同支出类别的具体数额,为本文的研究提供了高质量的数据支持。^④

(二)模型设定

本文使用如下基本模型考察收入不平等对家户可见性支出的影响:

$$Visible_{msi} = \beta_0 + \beta_1 \times Inequality_{ms} + \beta_2 \times X_{msi} + \theta_m + \varepsilon_{msi} \tag{1}$$

其中, $Visible_{msi}$ 表示家户的可见性支出,包括家户的住房面积或价值、礼金支出和衣着支出三类。下标 m 、 s 和 i 分别代表第 m 个省份、第 s 个区(县)和第 i 个家庭。关键解释变量是 $Inequality_{ms}$,用该家庭所在区、县、收入的基尼系数来衡量, X_{msi} 是表示家户特征的控制变量, θ_m 表示省级层面的固定效应。由于回归模型中被解释变量是在家庭层面,一个城市内的住房等消费具有一定的相关性,如果不考虑同一城市内不同家户随机扰动项之间的相关性,可能会严重低估 β_1 的

① 不包含西藏、青海、新疆、宁夏、内蒙古、海南、香港、澳门和台湾。
② CFPS 挑选了辽宁、上海、河南、广东、甘肃五个省,构成了省级层次的推断样本,用以满足省级推断的要求,也称为大样本省。
③ 处理过程主要是删除家庭消费行为极端的样本,当年家庭支出大于收入100倍或者扣除教育、医疗支出的家庭支出大于收入50倍的样本均定义为消费行为极端的样本。
④ 在CFPS 2010年调查数据中,家户收入包含转移性收入、工资与经营性收入以及财产性收入三大部分,家户的消费支出包含日常支出(问卷中以月计的数值换算为以年计)和特殊支出(问卷中以年计),我们将其中的相关项进行整合,可以分为食品支出、衣着支出、日常生活支出(如租房、物业、日常用品、通信、娱乐等支出)、家用电器支出、交通支出、教育支出、医疗支出、礼金支出和其他支出等。

标准误 (Angrist 和 Pischke, 2009), 因此回归中我们均使用区 (县) 层面的聚类标准误。

(三) 变量构造

首先, 住房具有较强的外在可见性, 尤其是在中国农村村庄或城市社区之内, 家庭间在地理距离上居住得较为紧凑, 邻里之间的社会互动性又很强, 住房作为一种最重要的家庭资产, 其价值数额通常又较大, 因此住房的面积大小和价值成为一个外在观察家庭社会地位的重要指标。由于我们无法获得住房购买时的价格和当时对应的不平等状况, 所以我们采用的住房价值是调查时点上的家庭自我评估的房屋价值, 它不仅反映了房屋面积的大小, 还包含了房屋建造和装修的质量因素。在本文的研究过程中, 仅使用那些房屋产权自有的样本, 而且为了尽量剔除住房的投资属性, 本文仅选取家庭目前自己居住的这套住房。更进一步, 由于自建的房屋和购买的商品房在面积和价值上存在较大差异, 不具有可比性, 我们在回归中还对这两类房屋进行了分样本考察。图 1 和图 2 分别显示了自建房屋的面积、购买房屋的面积、市场价值与房龄的关系, 横轴表示房屋年龄, 纵轴表示各房龄段内房屋的平均价值和平均面积。从图显示的结果可以看出, 自建房屋的面积远大于购买房屋, 而购买房屋的平均价值高于自建房屋, 但是二者都与房龄呈现显著的负相关关系。^①

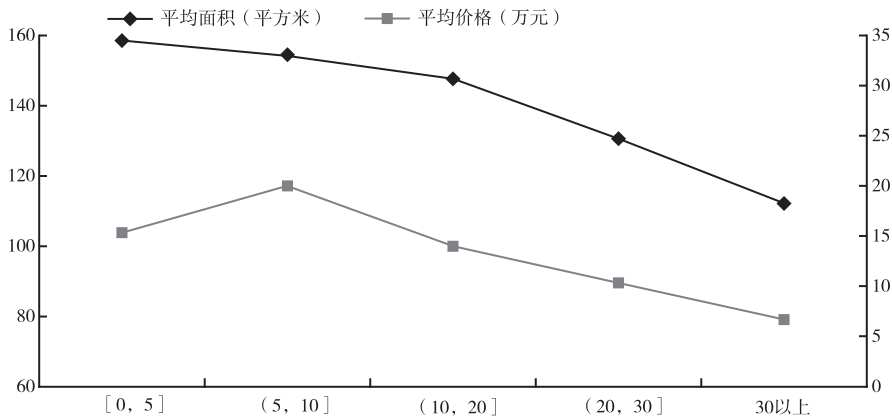


图 1 自建房屋的面积、市场价值与房龄的关系

其次, 礼金支出具有在社会互动中体现出的可见性, 而不是外界普遍可见的。中国家庭的礼金支出通常不是单向的, 而是在婚丧嫁娶以及重要节日 (春节、中秋节等) 时家庭之间互相赠送, 礼金支出多少是家庭之间互相攀比的一个重要形式。根据 CFPS 2010 年调查数据, 礼金支出占中国家庭收入的平均比重达到 15.53%, 由于穷人也会攀比礼金支出, 因此礼金支出多少并不是跟收入高低呈线性比例的。对于收入最低 20% 的家庭, 人情支出占家庭收入的比重高达 46.99%, 低收入家庭有更重的人情支出负担。

最后, 除住房和礼金之外, 还存在其他一些可见性支出。Charles 等 (2009) 和 Kaus (2013) 在基于美国和南非数据的研究中, 都选取了衣着、珠宝、外部修饰品、汽车外表修饰品等作为可见性支出。孟祥轶等 (2010) 在对北京市家庭的研究中, 选取了衣着、珠宝、外表修饰品等作为可见性支

^① 图中显示购买房屋 6~10 年的平均面积和平均价格均高于 0~5 年的相应指标, 一个重要原因在于房龄在 1 年及以下的数值较小导致的。

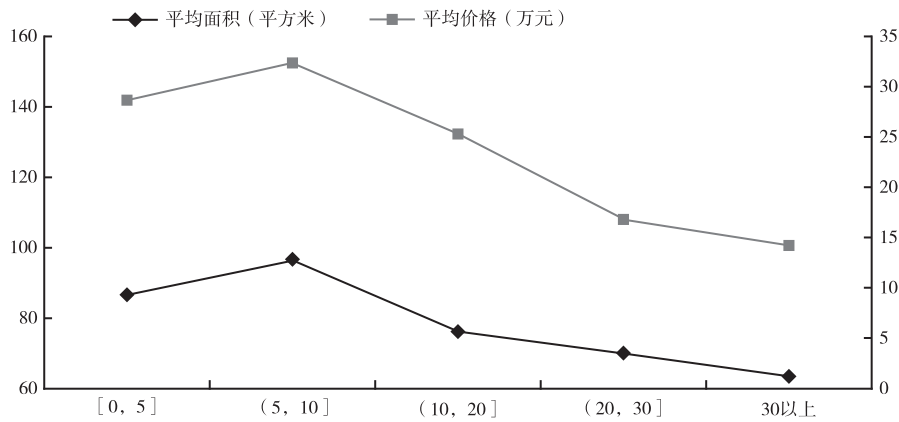


图 2 购买房屋的面积、市场价值与房龄的关系

出。我们使用的 CFPS 数据中虽没有单列的珠宝、外表修饰品等支出类型,但这些支出占家庭收入的平均比重较低,影响效果并不大。根据孟祥轶等(2010)使用的数据,珠宝和外部修饰品占家庭收入的比重仅为 1.37%,远远不及住房和礼金这两类可见性支出重要。汽车的家庭拥有率在中国仍然较低,2010 年的 CFPS 数据显示仅为 12.23%,而且在地域和城乡之间的分布极为不平均,也不适合采用。因此,我们只选用了衣着支出进行考察。在我们的数据中,衣着支出占家庭收入的比重达到 4.5%,在家庭总支出中占有较为重要地位。

本文的关键解释变量选取的是区(县)层面的人均纯收入的基尼系数,在计算时并没有计入礼金收入,从表 1 可知,收入基尼系数的均值为 0.43。^①除了基尼系数,我们还考虑使用其他反映收入不平等的指标。收入的泰尔指数也是衡量收入不平等的—个重要指标,因此我们采用区(县)层面收入泰尔指数作为关键解释变量进行稳健性检验,样本当中收入泰尔指数的均值是 0.36。

本文使用到的控制变量主要有家庭层面的特征变量和户主个人层面的特征变量。前者包括家户纯收入、家庭规模、家庭的成年人比例、家庭中有医疗保险的比例、家庭中有养老保险的比例,后者包括户主年龄、年龄的平方项、性别、婚姻状况、受教育水平。我们还控制了城市或农村的虚拟变量。当考察收入不平等对住房面积和价值的影响时,我们还添加了额外的控制变量(见下文)。表 1 提供了本文主要变量的基本统计特征。

表 1 变量的描述性统计与含义

变量名称	观测值数	均值	标准差	定义
基尼系数	8245	0.43	0.08	区(县)层面收入基尼系数
泰尔指数	8245	0.36	0.24	区(县)层面收入泰尔指数
礼金支出	8245	2090.54	3258.72	礼金支出的数额,单位:元
房屋面积	7995	117.24	85.59	房屋面积(自有产权样本),单位:平方米
房屋价值	6481	17.44	35.55	房屋的市场价值(自有产权样本),单位:万元

① 国家统计局公布的 2010 年全国基尼系数为 0.481,我们计算的区(县)层面基尼系数没有体现地区间收入差异。本文利用 CFPS 数据计算了区(县)层面基尼系数,但是仍然可能存在因区(县)层面家户数量不够多而产生的测量误差。

续表 1

变量名称	观测值数	均值	标准差	定义
家户收入	8245	34031.36	52230.41	家户收入,单位:元
家庭规模	8245	3.77	1.70	家庭人口规模,单位:人
成年人比重	8245	0.76	0.35	家中成年人比例
医疗保险比重	8245	0.78	0.35	家中有医疗保险的成年人比例
养老保险比重	8245	0.28	0.45	家中有养老保险的成年人比例
未婚子女	8245	0.35	0.48	家中是否有 18~35 岁的未婚子女,有 = 1
城市	8245	0.49	0.50	国家统计局城乡分类变量,城市 = 1
年龄	8245	49.88	12.72	户主年龄,单位:岁
男性	8245	0.74	0.44	户主为男性的虚拟变量
婚姻	8244	0.89	0.32	户主为已婚的虚拟变量
高中	8243	0.44	0.50	户主为高中教育水平的虚拟变量
大专及以上	8243	0.07	0.25	户主为大专及以上教育水平的虚拟变量

四、实证分析结果

(一)收入不平等对可见性支出的影响

1. 收入不平等对住房面积的影响

我们首先考察了收入不平等对住房面积的影响,收入不平等的衡量指标选择使用区(县)层面基尼系数,而样本仅使用自有房屋产权的样本。除了上述控制变量,我们还加入了如下控制变量:首先,不同房屋类型会很大程度上影响住房的面积,故我们将房屋划分为四类加以控制(第一类是单元房,第二类是平房,第三类包括四合院、别墅、联排别墅和小楼房,第四类是其他类别);其次,我们还控制了房屋的房龄,因为不同年代的房屋差异较大;最后,中国居民的房屋通常是通过自建或者购买两种途径获得,所以我们还加入了房屋是否自建的虚拟变量。

回归结果报告见表 2。其中,第(1)列和第(2)列是用所有自有产权房屋的样本进行回归的结果,第(1)列只控制了房屋属性的相关变量,第(2)列在前者的基础上同时加入家户和户主的特征变量,两列回归中关键变量的估计结果相似。以第(2)列结果为例,我们可以看到基尼系数每上升 0.1,居住房屋面积约上升 7.35 平方米,也就是说收入不平等状况的加剧,会使人们选择居住面积更大的房屋,来达到寻求更高社会地位的目的。对于房屋属性的控制变量不再汇报。表 2 的结果表明,单元房的面积通常较小,而四合院、别墅、联排别墅和小楼房的面积较大,房龄较大的房屋面积一般较小,农村的房屋面积较小;自建的房屋面积要比购买的房屋具有显著更大的面积。至于其他控制变量具体系数不再汇报。结论表明,家庭的收入水平、家庭人口数量、户主的婚姻状态和户主的教育水平都与房屋的面积呈现显著的正相关关系,也就是说,收入水平较高、家庭规模较大、户主已婚或者是学历较高的家庭,都会选择建造或者购买面积更大的房屋。

表 2 收入不平等对住房面积的影响

被解释变量:住房面积						
解释变量	全部样本		自建房屋		购买房屋	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
基尼系数	72. 987 ** (32. 359)	73. 531 ** (31. 158)	73. 563 ** (34. 229)	77. 802 ** (33. 017)	51. 680 (49. 490)	34. 522 (43. 745)
家庭控制变量	否	是	否	是	否	是
省份虚拟变量	是	是	是	是	是	是
观测值	6449	6447	4780	4779	1669	1668
R ²	0. 261	0. 287	0. 203	0. 236	0. 207	0. 246

注:(1)括号内标准误聚类到区(县)层面;(2)*、**和***分别表示在10%、5%和1%的水平上显著。下同。

由于自建和购买的两种房屋存在较大差异,所以我们将所有样本分为两类分别进行考察。表2的第(3)列和第(4)列是自建房屋样本的回归结果,第(5)列和第(6)列是购买房屋样本的回归结果,回归模型的设定与第(1)~(2)列的设定相同。第(5)列和第(6)列的结果显示,基尼系数对购买房屋的面积并没有显著性影响,但符号仍然是正的,原因可能是购买的房屋通常是标准化设计,只能选择相对固定面积的住房,家庭可选择的范围相对较小。

2. 收入不平等对住房价值的影响

表3分析了收入不平等对住房价值的影响,被解释变量选择使用房屋上个月市场价值的对数值,关键解释变量仍然使用区(县)层面的收入基尼系数,模型的设定与住房面积的回归方程基本一致。从第(2)列回归结果可以看出,收入不平等对住房价值存在显著的正向影响,基尼系数每升高0.1,居民居住房屋的价值将升高12.5%,也就是说,收入分配状况的恶化,会使人们选择居住价值更高或者更为高档的住房。家庭收入、户主的教育水平和房屋是否在城市的虚拟变量也与居住房屋的价值有着显著的正向关系,而房龄与房屋价值呈显著的负相关关系。

表 3 收入不平等对住房价值的影响

被解释变量:住房价值的对数值						
解释变量	全部样本		自建样本		购买样本	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
基尼系数	1. 256 ** (0. 597)	1. 245 ** (0. 551)	0. 754 (0. 649)	0. 813 (0. 611)	4. 336 *** (0. 907)	3. 429 *** (0. 762)
家庭控制变量	否	是	否	是	否	是
省份虚拟变量	是	是	是	是	是	是
观测值	5325	5324	3835	3835	1490	1489
R 平方	0. 522	0. 562	0. 455	0. 493	0. 647	0. 686

表 3 的第(3)~(6)列仍然将房屋产权自有的样本分为自建和购买两类分别进行分析。第(3)列和第(4)列是自建房屋样本的回归结果,第(5)列和第(6)列是购买房屋样本的回归结果。第(3)列和第(4)列的结果显示,收入不平等对自建房屋的价值影响并不显著,但符号仍然是正的,原因可能是对于自建房屋来说,虽然面积可以直接衡量,但是在价值上难以评估。而对于购买的房屋虽然是标准化设计的,房屋的大小类型有大致固定的区间,但是房屋所在区域的位置、环境和相关设施等因素并不相同,这些特征与房屋的价值有着显著的关系。所以,当收入不平等上升时,人们为了寻求相对更高的社会地位,则会选择购买更为高档社区的住房。虽然房屋的面积不一定会有显著的增加,但是房屋的价值会因其配套设施和其他环境条件而显著提高。

3. 收入不平等对礼金支出的影响

表 4 描述了收入不平等对家户礼金支出的影响,所选取的被解释变量是家户全年礼物或礼金支出的对数值,关键解释变量是区(县)层面的收入基尼系数。表 4 的第(1)~(4)列是逐步控制家户收入、家庭特征变量和户主特征变量之后的结果。可以看出,无论采取何种模型设定,关键变量的系数大小较为稳定。以第(4)列的回归结果为例,基尼系数每上升 0.1,家户的礼金支出将增加 18.3%,也就是说,收入差距拉大之后,人们为了提高自己的社会经济地位,更偏好于增加礼金支出的数额。造成这种结果的一种可能原因是,礼金支出在收入差距较大的地区,不仅仅是“礼尚往来”的一种维护社会网络的媒介,同时也逐渐发挥出基于其社会群体内部可见性特点的、显示社会地位的功能。

表 4 收入不平等对礼金支出的影响

被解释变量:家庭礼金支出对数值				
解释变量	(1)	(2)	(3)	(4)
基尼系数	1.589* (0.916)	1.726* (0.931)	1.692* (0.933)	1.834* (0.928)
家户收入对数		0.775*** (0.044)	0.643*** (0.047)	0.554*** (0.049)
家庭变量	否	否	是	是
户主变量	否	否	否	是
省份虚拟变量	是	是	是	是
观测值	8245	8245	8245	8242
R ²	0.056	0.142	0.161	0.181

4. 收入不平等对衣着支出的影响

表 5 报告了收入差距对家庭衣着支出的影响。表 5 的第(1)~(4)列是逐步控制家户收入、家庭特征变量和户主特征变量之后的结果。可以看出,无论采取何种模型设定,关键变量的系数大小较为稳定,为不显著为正,也就是说,收入差距拉大之后,人们的衣着支出并没有发生显著性的

变化。表 5 的结果显示,在中国,大多数家庭衣着支出更多地体现了一种家庭必需消费品的特征,而彰显社会地位的功能并不明显,只有具备奢侈品性质的衣着的炫耀性才比较明显,所以衣着支出受收入不平等程度的影响并不大。

表 5 收入不平等对衣着支出的影响

被解释变量:家庭衣着支出的对数值				
被解释变量	(1)	(2)	(3)	(4)
基尼系数	0.504 (0.857)	0.693 (0.676)	0.681 (0.652)	0.625 (0.652)
家户收入对数		1.192 *** (0.042)	0.951 *** (0.043)	0.848 *** (0.040)
家庭变量	否	否	是	是
户主变量	否	否	否	是
省份虚拟变量	是	是	是	是
观测值	8130	8130	8130	8127
R ²	0.019	0.236	0.288	0.335

(二)稳健性检验

1. 使用不同的收入不平等衡量指标

我们还采用收入的泰尔指数作为关键解释变量进行稳健性检验。表 6 分为三个部分:Panel A 汇报了收入泰尔指数对住房面积的影响,Panel B 汇报了收入泰尔指数对住房价值的影响,Panel C 汇报了收入泰尔指数对礼金或衣着支出的影响。这些检验结论都与使用基尼系数作为关键解释变量时得到的结论一致。

表 6 收入泰尔指数对可见性消费的影响

Panel A: 被解释变量:房屋面积			
	所有样本	自建样本	购买样本
	(1)	(2)	(3)
泰尔指数	21.808 ** (8.867)	21.364 ** (8.423)	5.750 (15.360)

Panel B:被解释变量:房屋价值的对数值			
	所有样本	自建样本	购买样本
	(1)	(2)	(3)
泰尔指数	0.333 ** (0.164)	0.239 (0.164)	1.228 *** (0.345)

续表 6

Panel C:被解释变量:礼金或衣着支出的对数值			
	礼金支出对数	衣着支出对数	
	(1)	(2)	
泰尔指数	0.812 ** (0.379)	0.201 (0.201)	

注:Panel A 的控制变量选择与表 2 一致,Panel B 的控制变量选择与表 3 一致,Panel C 的控制变量选择分别与表 4 和表 5 一致。限于篇幅这里不再汇报。

2. 使用人均可见性支出作为被解释变量

前面的回归均使用家庭可见性支出总量的对数值作为被解释变量,家庭规模会在一定程度上影响这些可见性支出的大小,所以上面的回归均控制了家庭规模。除此之外,我们还直接使用人均可见性支出作为被解释变量,结论一致,这里不再汇报。

五、进一步讨论

(一)收入不平等影响可见性支出的机制

收入差距增加家庭可见性支出的一种可能渠道在于收入差距加剧了社会分层,从而提高了家庭追求社会地位的动机。为了验证这一机制,我们将探讨收入不平等对个人自评社会地位的影响。表 7 的第(1)列汇报了个人层面的 Ordered Probit 模型回归结果,其中被解释变量为代表自评社会地位的变量(问卷中关于自评社会地位的打分是从低到高“1~5”五个类别),表中汇报的为估计的系数。从第(1)列的结果可以看出,收入差距显著降低了个人自评社会地位。自评社会地位其实是两个变量共同作用的结果:一个是实际经济地位,一个是个人内心的主观评价标准。在客观收入一定的情况下,收入差距降低人们的自评社会地位,其实主要是抬高了人们内心对于较高社会地位的主观标准,这可以近似地看作是提高了追求社会地位的动机。因此,收入差距扩大确实降低了自评社会地位,从而提高了家庭追求较高社会地位的动机,这也成为家庭增加可见性支出的一种可能的影响渠道。

然而,对于购房和礼金支出是否为“追求社会地位的动机”的恰当途径,我们增加了表 7 的第(2)~(4)列回归,将购房和礼金支出加入自评社会地位的回归之中,发现购房和礼金支出可以显著提高自评社会地位,说明这二者可能是人们提高自评社会地位的一种重要途径。

(二)收入不平等对不同收入人群的影响

已有研究表明,收入不平等对人们经济决策和福利的影响重要途径就是收入不平等的加剧增加了人们的收入比较(Festinger, 1954; Tajfel, 1978; Stutzer, 2004),而在收入不平等加剧时,受收入不平等影响更大的则是经济地位较低的群体(Kawachi 和 Kennedy, 1999; Stutzer, 2004; Cheung 和 Lucas, 2016),因为这部分群体在收入差距拉大时处于更加不利的经济地位,从而对现状更为不满。因此,当收入不平等状况加剧时,处于上层收入和下层收入的人群其可见性支出受到的影响可能存在差异。除此之外,社会地位是一种正常商品,提高社会地位的边际收益随着社会地位的上升而递减(金烨等,2011)。因此,尽管收入差距扩大会提高所有人追求社会地位的动机,但高收

入人群已经有较高的社会地位,其再增加可见性支出提高社会地位带来的边际效用不如穷人高。因此,综合上述两种因素,随着收入差距扩大,低收入群体追求社会地位的动机会增加更多,其可见性支出也会增加更多。

表 7 收入不平等和可见性消费对自评社会地位的影响 (Ordered Probit)				
解释变量	(1)	(2)	(3)	(4)
基尼系数	- 0. 2957 * (0. 180)	- 0. 3383 (0. 296)	- 0. 3150 (0. 274)	- 0. 5815 ** (0. 291)
礼金支出		0. 0235 *** (0. 007)		
住房面积			0. 0004 ** (0. 000)	
住房价值的对数				0. 0075 (0. 021)
控制变量	是	是	是	是
省份虚拟变量	是	是	是	是
观测值	8205	8205	6421	5313

注:此回归为个人层面的 Ordered Probit 回归。

为了验证上面的推论,在表 8 的回归中,我们加入了基尼系数与相对收入的交叉项,相对收入的计算方法为家庭绝对收入除以区(县)层面的平均家庭收入。^① 表 8 第(1)~(3)列的被解释变量是房屋的面积,第(4)~(6)列的被解释变量是房屋价值的对数值,第(7)列的被解释变量是家庭礼金支出的对数值。从回归的结果中可以看出,无论被解释变量是何种支出类型,相对收入都对其有显著的正向作用,基尼系数的作用也大多显著为正,而基尼系数和相对收入的交叉项却显著为负。这恰恰验证了上文提到的推论,即收入不平等对可见性支出的正向影响对相对低收入群体的影响更大。

表 8 收入不平等对不同收入人群的影响							
被解释变量	家庭住房面积			住房价值的对数值			礼金支出的对数
解释变量	所有	自建	购买	所有	自建	购买	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
基尼系数	90. 091 *** (32. 756)	93. 071 *** (34. 198)	69. 061 (45. 694)	1. 648 *** (0. 584)	1. 197 * (0. 645)	4. 389 *** (0. 891)	2. 619 *** (0. 942)
相对收入	13. 992 *** (3. 087)	16. 251 *** (4. 332)	12. 277 *** (3. 266)	0. 272 *** (0. 046)	0. 298 *** (0. 056)	0. 257 *** (0. 072)	0. 694 *** (0. 102)

① 由于这种方法得到的相对收入与家庭绝对收入有较强的相关性,所以在回归中不再加入家庭绝对收入的对数值。

续表 8

被解释变量	家庭住房面积			住房价值的对数值			礼金支出的对数
解释变量	所有	自建	购买	所有	自建	购买	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
基尼 × 相对收入	- 18. 620 *** (4. 344)	- 21. 716 *** (6. 070)	- 19. 447 *** (5. 722)	- 0. 392 *** (0. 077)	- 0. 430 *** (0. 090)	- 0. 407 *** (0. 131)	- 0. 949 *** (0. 144)
控制变量	是	是	是	是	是	是	是
观测值	6447	4779	1668	5324	3835	1489	8242
R ²	0. 283	0. 230	0. 249	0. 545	0. 481	0. 669	0. 161

(三)收入不平等对城乡居民的差异性影响

中国城乡之间的消费模式至今仍然存在较大差异,城镇居民的炫耀性支出在面临收入差距上升时,可能呈现完全不同的特点。我们在表 9 进行了分城乡样本的回归,其中第(1)~(3)列为城市样本的回归结果,第(4)~(6)列为农村样本的回归结果。结果表明,对于住房来说,收入差距主要提高了城市居民的住房面积和住房价值,一种可能的原因是城市的住宅市场化程度更高,住宅的价值差异可以更加明显地体现出来,所以当收入差距上升时,通过增加住房支出而体现社会地位的动机更容易实现。对于礼金支出来说,收入差距主要提高了农村居民的礼金支出,其主要原因可能是传统的社会网络在农村地区更强,礼金支出所体现的炫耀性支出的特征更为明显,所以受收入差距的影响更大。

表 9 收入不平等对城乡人群的差异性影响

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	城市			农村		
	住房面积	住房价值对数	礼金支出对数	住房面积	住房价值对数	礼金支出对数
基尼系数	117. 111 ** (56. 642)	3. 254 *** (0. 771)	0. 294 (1. 305)	44. 334 (34. 303)	0. 460 (0. 794)	2. 364 * (1. 270)
控制变量	是	是	是	是	是	是
观测值	2996	2472	4019	3451	2852	4223
R ²	0. 366	0. 529	0. 168	0. 236	0. 440	0. 205

(四)收入不平等对其他支出类别的影响

支出类别除了住房支出和礼金支出,还有其他的支出类别,不同支出的类别具有不同的属性,所以本文还研究了收入不平等对各种支出类别的影响,如食品支出、日常生活支出(如租房、物业、日常用品、通信、娱乐等支出)、家用电器支出、交通支出、教育支出、医疗支出、其他支出等七类。但是结果表明,收入不平等对其他各种支出均没有显著的影响,限于篇幅这里不再汇报结果。

六、结论与启示

本文使用 CFPS 2010 年全国代表性家户调查数据,发现收入差距扩大会促使家户争相建造面积更大、购买价值更高的房屋,并会显著增加家户的礼金支出。这表明收入不平等会提高人们追

求社会地位的动机,从而增加可见性支出,而且由于低收入人群具有更强的追求社会地位的动机,收入差距扩大对低收入家庭可见性支出的增加影响更大。本文为近年来我国家庭在房屋和人情花费上的增加提供了一个新的解释。住房支出并非普通支出,而是需要耗尽家庭多年积蓄或是透支未来收入才能完成的消费行为,收入不平等提高住房等可见性支出,为我国居民高储蓄的最终花费去向提供了一种可能的解释。改革开放以来,我国居民收入差距不断扩大。根据国家统计局公布的数据,基尼系数从 1978 年的 0.317 增加到 2008 年最高的 0.491,直到最近几年才停止了继续上升的趋势,但仍然处于较高水平,而且大大高于国际公认的警戒水平(0.4)。很多研究都发现收入差距对经济发展和社会福利会产生负面影响(Aghion 等,1999; Banerjee 和 Duflo, 2003; Benjamin 等,2011)。但是,这些研究大都是认为影响渠道是收入差距使集体行动变得困难,或者造成社会不稳定因素(Alesina 和 Rodrik,1994; Persson 和 Tabellini,1994)。本文的研究则从家庭寻求社会地位性支出的角度,揭示了收入差距扩大所带来的另一项不利影响渠道。人们在“社会地位竞赛”中在房屋和人情支出上的过度花费,尽管符合“个体理性”,但是一种“集体不理性”行为,造成了社会整体的效率损失。尽管我们并没有发现收入差距降低了其他类型的支出,但是从长远来看,家庭在这些房屋和人情上的过度花费,还是可能会降低家庭在教育 and 健康等方面的投资,从而影响长期收入和福利水平。社会资金过度地用于这些非生产性支出,也会减少用于生产性投资的社会资金数量,从而影响长期经济增长。

参考文献:

1. 陈斌开:《收入分配与中国居民消费——理论和基于中国的实证研究》,《南开经济研究》2012 年第 1 期。
2. 金焱、李宏彬、吴斌珍:《收入差距与社会地位寻求:一个高储蓄率的原因》,《经济学(季刊)》2011 年第 3 期。
3. 孟祥铁、杨大勇、于婧:《中国城市炫耀性消费的特征及决定因素——基于北京市家庭数据的实证分析》,《经济研究》2010 年增刊。
4. 杨文、孙蚌珠、王学龙:《中国农村家庭脆弱性的测量与分解》,《经济研究》2012 年第 4 期。
5. Aghion, P., Caroli, E., & Garcia-Penalosaand, C., Inequality and Economic Growth: The Perspective of the New Growth Theories. *Journal of Economic Literature*, Vol. 37, No. 4, 1999, pp. 1615 – 1660.
6. Alesina, A., & Rodrik, D., Distributive Politics and Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 109, No. 2, 1994, pp. 465 – 490.
7. Angrist, J. D., & Pischke, J. S., *Mostly Harmless Econometrics: An Empiricist's Companion*. New Jersey: Princeton University, 2009.
8. Bagwell, L. S., & Bernheim, B. D., Veblen Effects in a Theory of Conspicuous Consumption. *The American Economic Review*, Vol. 86, No. 3, 1996, pp. 349 – 373.
9. Banerjee, A., & Duflo, E., Inequality and Growth: What Can the Data Say? *Journal of Economic Growth*, Vol. 8, No. 3, 2003, pp. 267 – 299.
10. Benjamin, D., Brandt, L., & Giles, J., Did Higher Inequality Impede Growth in Rural China? *The Economic Journal*, Vol. 121, No. 557, 2011, pp. 1281 – 1309.
11. Chen, X., & Zhang, X. B., Costly Posturing: Relative Status, Ceremonies and Early Child Development. Paper Presented at the NBER China Group Meeting, Oct. 1 – 2, 2011, Boston.
12. Cheung, F., & Lucas, R. E., Income Inequality Is Associated with Stronger Social Comparison Effects: The Effect of Relative Income on Life Satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 110, No. 2, 2016, pp. 332 – 341.
13. Charles, K. K., Hurst, E., & Roussanov, N., Conspicuous Consumption and Race. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 124, No. 2, 2009, pp. 425 – 467.
14. Corneo, G., & Jeanne, O., Conspicuous Consumption, Snobbism and Conformism. *Journal of Public Economics*, Vol. 66, No. 1, 1997, pp. 55 – 71.

15. Danzer, A. M. , Dietz, B. , Gatskova, K. , & Schmillen, A. , Showing off to the New Neighbors? Income, Socioeconomic Status and Consumption Patterns of Internal Migrants. *Journal of Comparative Economics*, Vol. 42, No. 1, 2014, pp. 230 – 245.
16. Duesenberry, J. S. , *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior*. Harvard: Cambridge, 1949.
17. Festinger, L. , A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, Vol. 7, No. 2, 1954, pp. 117 – 140.
18. Frank, R. H. , Positional Externalities Cause Large and Preventable Welfare Losses. *American Economic Review Papers and Proceedings*, Vol. 95, No. 2, 2005, pp. 137 – 141.
19. Frank, R. H. , Should Public Policy Response to Positional Externalities? *Journal of Public Economics*, Vol. 92, No. 8 – 9, 2008, pp. 1777 – 1786.
20. Kaus, W. , Conspicuous Consumption and “Race”: Evidence from South Africa. *Journal of Development Economics*, Vol. 100, No. 1, 2013, pp. 63 – 73.
21. Kawachi, I. , & Kennedy, B. P. , Income Inequality and Health: Pathways and Mechanisms. *Health Services Research*, Vol. 34, 1999, pp. 215 – 217.
22. Khamis, M. , Prakash, N. & Siddique, Z. , Consumption and Social Identity: Evidence from India. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 83, No. 3, 2012, pp. 353 – 371.
23. Persson, T. , & Tabellini, G. , Is Inequality Harmful for Growth? *American Economic Review*, Vol. 84, No. 3, 1994, pp. 600 – 621.
24. Stutzer, A. , The Role of Income Aspirations in Individual Happiness. *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 54, No. 1, 2004, pp. 89 – 109.
25. Sun, W. K. , & Wang, X. H. , Do Relative Income and Income Inequality Affect Consumption? Evidence from the Villages of Rural China. *Journal of Development Studies*, Vol. 49, No. 4, 2013, pp. 533 – 546.
26. Tajfel, H. E. , *Differentiation between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*. Oxford: Academic Press, 1978.
27. Veblen, T. , *The Theory of the Leisure Class*. New York: McMillan Co. , 1899.
28. Wei, S. J. , & Zhang, X. B. , The Competitive Saving Motive: Evidence from Rising Sex Ratios and Savings in China. *Journal of Political Economy*, Vol. 119, No. 3, 2011, pp. 511 – 564.
29. Weiss, Y. , & Fershtman, C. , Social Status and Economic Performance: A Survey. *European Economic Review*, Vol. 42, No. 3, 1998, pp. 801 – 820.

The Impact of Income Inequality on the Visible Expenditure of China’s Households

ZHOU Guangsu (Renmin University of China, 100872)

FAN Gang (NERI and Peking University, 100038)

MA Guangrong (Renmin University of China, 100872)

Abstract: Income inequality could enhance individuals’ motivation for seeking high social status; as a result, the way of consumption would be changed. We use China Family Panel Studies’ (CFPS) representative data in 2010 to verify that the widening income gap increases households’ visible expenditure. The results show that income disparity pushes households to build larger houses or buying more expensive houses, and spend much more on gifts. By studying the channels, we find that income inequality could decrease individuals’ self-reported social status. Furthermore, income inequality’s impact on low-income households’ visible expenditure is bigger than that on high-income households.

Keywords: Income Inequality, Status Seeking, Visible Expenditure, Gift Expenditure, Housing Expenditure

JEL: D12, D91, E21