

宏观供给、社会经济地位与居民消费^{*}

——基于全国调查数据的实证分析

朱迪 龚顺

提要:扩大消费、推进高质量消费是实现中国式现代化的重要途径。传统经济学和社会学研究强调消费者和消费侧因素,本文引入供给侧视角建构理论框架,从消费侧和供给侧全面系统考察消费行为的结构约束。本文基于2021年中国社会状况综合调查(CSS)数据和区县层面的统计数据发现,个体层面的社会经济地位与宏观层面的物质供给均对居民消费具有显著影响;处于较高职业阶层、生活在较高城市化率或者有高铁地区的居民消费支出较高;宏观层面物质供给的提升可显著促进社会经济地位较高居民释放消费潜力。本研究为宏观供给如何影响消费提供了实证支持,并对如何扩大居民消费提供了新的政策思路。

关键词:消费社会学 扩大消费 物质供给 宏观结构 社会经济地位

要推进中国式现代化,就必须不断夯实人民幸福生活的物质和文化条件。扩大消费、推进高质量消费是实现中国式现代化的重要途径。然而,长期以来我国消费需求总体不足,阻碍了人民生活水平提高和经济转型升级。已有研究和政策的思路基本是“有钱才消费”,强调收入对消费的决定作用,主张提高收入和收入流动性,这主要源于主流经济学关于消费的预算约束和理性选择模型(余永定、李军,2000);而社会学更强调消费的结构约束和有限理性消费者的概念,主张通过完善社会保障体系、扩大中等收入群体来扩大消费(王宁,2003;林晓珊,2017)。然而,伴随我国改革开放以来经济的快速发展和人民收入的大幅度增长,消费疲软的现象却依然存在,即使经济资源较丰富的中等收入群体也并没有真正成为拉动消费的主力。

* 本文系中国社会科学院重大创新项目“共同富裕的阶段性衡量标准”(2023YZD002)与国家社会科学基金重点项目“城镇居民绿色低碳社会生活方式研究”(22ASH012)的阶段性成果。感谢CSS项目组提供数据以及给予本研究的大力支持。

社会现实与理论的落差促使学界不断反思消费理论。无论注重预算约束还是注重社会经济地位约束的理论模型,强调的都是消费者和消费侧因素,忽略了宏观外部环境的影响。事实上,在当前的数字消费背景下,外部供给体系对消费的影响进一步增大。当前,“供给系统视角”在经济学、社会学等不同领域逐渐兴起(Fine & Bayliss,2022;Warde,2014),强调供给系统对消费行为的制约作用,也可以用实践理论的话语表述为强调供给、技术、制度与消费和日常生活实践之间的关系。供给系统视角的重要意义在于对现有研究将收入和社会经济地位作为理解消费的根本性变量、其他一切因素的“代理变量”提出了挑战,开辟了理解消费的新路径。

本文将供给系统理论置于社会学的理论脉络中进行梳理,论述供给体系如何作为一种“结构”影响消费,重点在实证层面上探讨以供给为代表的宏观结构连同以社会经济地位为代表的微观结构如何塑造消费。本文的结构安排如下:首先简要梳理消费侧视角下的扩大消费研究并讨论其局限性;然后在社会学相关理论的发展脉络中提出供给侧视角,探讨在此视角下的消费研究和扩大消费研究,并在此基础上提出本文的理论框架和研究假设;核心部分是考察消费侧和供给侧不同因素如何塑造居民消费的实证分析;最后则对分析发现进行总结和讨论。

一、从消费侧到供给侧:消费研究范式的转变

当前消费研究的主流视角以消费者的资源、能力以及结构化特征的消费侧因素为基础,但是伴随社会变迁出现的某些消费疲软现象以传统视角难以解释,故此社会学也开始引入供给侧视角,对影响消费的结构因素做出了更全面的分析,并且增强了社会学对现实问题的解释力。

(一)消费侧视角与扩大消费研究

扩大消费研究归根到底是消费模式研究。已有研究着眼于扩大消费、消费升级、高质量消费等不同维度,但总体都指向解决需求不足、扩大和提升消费。基于传统经济学的消费函数,经济学研究强调消费的预算约束和消费者的理性选择,注重对扩大消费的实证研究,特别是宏观消费问题的研究。相关研究强调“从商品消费到服务消费”,以“从生存到发展到享受的需求层次”作为分析框架(曾洁华、钟若愚,2021;辛伟、任保平,2021);在实证和应用层面则主张通过提

高收入和收入流动性、完善社会保障体系等办法来扩大消费(姚明明、李华, 2014; 余永定、李军, 2000; 吴振球, 2017; 陈璋等, 2011; 张恒龙、姚其林, 2020)。

社会学强调消费的结构约束,认为消费者具有有限自主性,而非完全理性消费者(Bourdieu, 1984; Simmel, 1971)。应用到扩大消费研究,社会学更多在理论层面探讨并强调中产阶级和中等收入群体的作用。相关研究将扩大消费理解为消费行为模式从传统向现代的转型(王宁, 2003),将消费升级理解为功能性消费的降级以及符号性消费的升级(孙凤, 2019),认为现代意义上的消费升级是对日常生活的系统化改造和日常生活现代化的运动(林晓珊, 2017)。实证分析指出,中等收入群体的购买力更强劲、消费欲望更强烈,是拉动消费的重要力量(上海研究院社会调查和数据中心课题组, 2016),也探讨了通过壮大中产阶级来扩大消费的路径(朱迪, 2013)。在应用层面,已有研究强调将收入分配制度、社会保障制度和消费信贷制度等制度现代化和消费者身份建构等消费系统的现代化作为扩大消费的必要途径(王宁, 2003, 2009)。

无论在经济学还是在社会学领域,现有的大多数研究都指向通过改善消费者的社会经济地位、聚焦消费重点群体来扩大消费的路径,基本属于消费侧视角。也有研究关注宏观制度和文化对消费行为的影响,但那些宏观的、外生的因素,尤其是物质性的宏观结构如何影响消费仍未被充分讨论。然而,消费的外部环境,尤其是外部空间的资源和条件也对消费行为起着非常重要的作用。举例来说,中产阶级消费支出更多、消费文化更有前瞻性,除了表明其社会经济地位更高之外,也表明其占有的各类资源更多,而这些资源与其所处的空间密切相关:一方面,其生活和工作空间的物质资源更丰富、文化环境更多元;另一方面,即使延伸至更大的不同阶层共享的空间,中产阶级的资源利用方式及其形成的消费后果可能也是不同的。

社会学的传统视角是通过社会经济地位来考察这些“资源”,将社会经济地位视为行为的根本解释机制。通过提升个体的经济资本和文化资本就能自然实现行为转变,因此,提升居民的收入、就业、保障以及改变消费观念也就被视为扩大消费的主要政策路径。然而,如果考虑到更宏观的外部因素,就会发现消费行为的改变并非基于这种“代理”逻辑,而是受到所处空间和时间直接的影响。

(二) 供给侧视角与扩大消费研究

随着当代社会的变迁,经济学、社会学等不同学科开始引入供给侧视角来解释消费行为和社会经济系统。相对而言,经济学,尤其是行为经济学以行为改变

为核心,侧重外部供给体系对消费行为的影响,而社会学则更强调将供给和消费作为一个系统,着力研究其系统动态。

无论是跨学科的“供给系统方法”(the system of provision approach),还是消费社会学以实践理论为基础的“供给系统视角”,都更强调供给和消费之间的关系,以及在供给—消费系统或者说在实践中理解消费行为。供给系统方法整体性地研究从生产到消费整个链条的结构、关系、过程和行动者(Fine & Bayliss, 2022),在研究中反对单纯强调消费者的个体化选择,而主张研究集体性的共同体参与,即“如何在供给系统中拥有转型潜力”(Wheeler, 2022)。举个例子,在该视角下,绿色出行的实现不能单纯依靠消费者改变出行习惯,而是需要整个公共交通系统的改革,包括公交车、地铁、共享单车等交通工具的合理规划和服务提升。在出行服务、基础设施、社会文化以及不同行动者持续互动构成的系统中,人们的消费实践得到重塑,才有可能真正转向绿色出行。

20世纪晚期,消费社会学理论家们强调回到生产与消费的关系来研究消费,这部分理论主要以实践理论为基础。消费即对产品和服务的购买或使用,可以理解为实践的一个时刻,绝大多数实践需要并产生消费(Warde, 2017)。实践理论与行为经济学虽然在理论假设上有着本质不同,但也能形成对话。二者都强调人们大多数时候依靠直觉的认知习惯,也都基本认同“外部助推”对消费行为的作用(Warde, 2014)。通过梳理消费社会学的发展脉络,朱迪(2023)认为宏观外部环境对消费的影响机制在社会学研究中尚处于“隐身”状态,因此提出由物质供给和文化习俗构成的“双重结构”理论,认为物质供给和文化习俗以其社会共享性为基础,通过多种机制影响消费。消费作为复杂结构约束下的产物,应当在供给—习俗—消费的动态系统中得到理解。

重新审视供给和消费的关系也强化了社会学的应用性,使得社会学对于现实议题(比如可持续消费和扩大消费)更具解释力。斯帕加伦等(Spaargaren & Vilet, 2000)提出了“供给系统”作为分析消费的理论视角,并且从供给对消费产生结构性制约的角度指出了不同消费领域在可持续转型上存在差异,从而会影响消费行为改变(Spaargaren, 2003)。学者们构建了“场景理论”用于研究城市的更新发展(西尔、克拉克, 2019),从空间层面构造了一个由供给、文化、消费者/使用者构成的系统,考察这种系统动态如何促进城市发展;之后又进一步发展出“消费场景理论”(吴军、叶裕民, 2020),更直接指向供给—文化—消费系统中如何激发消费新动能的问题。国内消费社会学领域也更多是从空间层面来应用供给侧视角。王宁(2014)提出了“地方消费主义”的概念,强调一个地区整体性产品

的质量(由舒适物系统决定)以及人们对此的渴望、追求和偏好,指出这种地区供给体系深刻影响人们的生活质量,也对人才迁移、公司选址及其影响下的地区产业升级转型发挥着越来越重要的作用。在空间之外,时间也可以被理解为一种供给。吴金海(2023)分析了时间的商业化建构如何制约消费,其研究认为让消费者时间“无感化”是资本获取并控制消费者的重要手段,有鉴于此,应督促企业改善产品和服务供给,重视时间维度的消费者权益保护和福利改善。

供给侧视角的逐渐凸显也与数字化社会变迁紧密联系。如果说前数字时代消费福利更依赖消费者的社会经济地位,那么在数字化背景下,供给系统更为丰富,既有实体基础设施也有所谓数字新型基础设施,供给体系对消费体验和生活质量的影响进一步上升。学术界提出了“网络素养”(喻国明,2017;郑春晔,2011)、“互联网资本”等概念(邱泽奇等,2016)来刻画影响互联网时代生活机会的重要结构,这些结构并不完全与社会经济地位相对应,也取决于互联网平台、智能产品等基础设施的适应性和完善性。在当代社会,网络接入和网络使用等多方面的“数字鸿沟”对社会区分所起的作用越来越重要(赵联飞,2015)。

由上述分析可见,区别于重视消费者特征的消费侧视角,供给侧视角的核心在于从产品和服务的供给出发,考虑产品和服务对于不同群体(尤其弱势群体)需求和福利的满足,在供给—习俗—消费的动态系统中考察消费和消费不平等。如李培林(2017)所指出的,消费的有效需求不足既有需求侧的问题,也有供给侧的问题,需求侧的问题主要体现在新增收入集中在边际消费倾向较低的高收入群体上,供给侧问题主要体现为商品供给不能适应居民消费需求的变化。供给侧视角能够更直接地对供给侧及企业、政府等相关行动者产生对策建议,而且机构行动者(比如企业)作为受经济理性约束的组织,其行为比个体消费者的可预测性更强,更有动力做出改变(Warde,2017)。需要指出的是,供给侧视角并非只停留在产品和服务的物质供给层面,而且也关注如何通过供给引发供给、文化、消费之间的互动,推动系统的良性发展。比如,智能产品的适老化改造首先需要解决的问题是推动人们认识到这个事情的重要性,这就触及社会习俗、伦理观念等,将这些因素纳入考虑就能更全面地理解老年人数字生活的堵点,而不仅仅是提高老年人的收入、改变老年人的消费态度这么简单。换言之,智能产品适老化改造的意义不仅在于提升老年人的生活福利,也在于更新社会文化、推动社会文明进步。因此,供给侧视角不仅为理解消费行为提供了一种新的思路,也有助于更好地理解和优化供给—消费关系,推动供需在更高水平上的动态平衡,因此对于实现经济社会高质量发展也提供了重要启示。

二、理论框架和研究假设

上述理论梳理显示,供给对消费的重要性日渐凸显。然而,既有研究多停留在理论探讨和具体情境下的定性研究层面,尚缺乏系统全面的量化研究,尤其是缺乏基于全国代表性数据的探究。同时,消费者的社会经济地位和资源能力对消费也具有重要影响。本文试图建构消费理论框架,并通过全国代表性数据的实证分析进行论证。

本文从消费侧和供给侧全面系统考察消费行为的结构约束。消费侧因素是指消费者个体和群体特征的因素,主要包括个体和群体的情境“定位”,比如阶层、性别、家庭背景等。在本文的实证分析中,消费侧因素主要指个体社会经济地位。供给侧因素主要指消费者外部的宏观物质和文化环境,比如消费市场、基础设施、消费文化和社会习俗等。在传统的社会学范式下,这种宏观外部环境(尤其是外部物质环境)多被忽视,被认为通过个体的“社会经济地位”起作用,而本文的理论框架则将宏观外部环境视为影响消费的重要结构。在实证分析中,考虑到数据可得性,本文主要关注供给侧因素中的宏观物质供给,即宏观的物质环境。本文实证分析的理论框架如图1所示。概言之,本文借鉴已有的关于供给系统的研究,探索性地提出一种更为结构化的分析框架,将影响消费的外部因素纳入宏观结构的分析,发展消费社会学相关理论,使得供给侧视角更恰当地嵌入社会学理论体系。如图1所示,实证分析既关注宏观物质供给对消费的直接作用,也关注其与消费侧的社会经济地位因素对消费的交互作用。

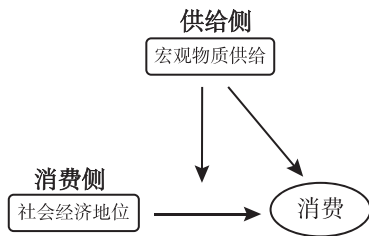


图1 本文实证分析的消费理论框架

本文的具体研究假设如下。首先,社会经济地位对消费具有显著的影响。如上文所述,我国当前城乡、地区和阶层之间的消费差异显著,中产阶层和中等收入群体在扩大消费和推动高质量消费方面具有重要作用(李培林,2017)。基于

以上讨论,本文首先关注微观层面社会经济地位因素对消费的影响,提出假设1。

假设1:职业阶层越高,居民消费支出越多。

其次,宏观物质供给对消费具有重要影响。宏观物质供给主要有市场供给和公共供给两种类型,对应的供给主体分别是企业和政府。市场供给主要提供商品和商业服务,公共供给主要提供基础设施和公共服务,给消费提供了必要的、制约性的条件。例如,有的地区休闲文化消费之所以难以发展,不仅是因为民众的消费能力不足,还可能是因为休闲文化设施和服务的供给不足使消费受限,(马红涛等,2018;赵春艳、陈美爱,2016)。综合现有研究可以发现,宏观物质供给的丰富性和可及性是影响消费的重要因素。比如,吴振球(2017)指出,城镇基础设施完善、交通通信体系发达、商业网点众多且分布合理、促销手段花样翻新,均“拉动”着消费者额外消费。徐朝阳和张斌(2020)提出,服务业供给能力不足使得大量有效需求无法得到满足。顾雨辰和蔡跃洲(2022)强调,互联网基础设施通过增加居民收入,提高生产、流通和消费各环节效率并降低成本,以及提高供需匹配度、满足个性化需求等机制促进消费升级。此外,供给丰富性和供给可及性机制的顺利运转也有赖于公共服务或者说消费环境的完善。有研究指出,质量标准体系、消费信用法律制度、市场监管体系等公共服务和制度是否完善,是影响居民消费意愿的重要因素(张恒龙、姚其林,2020)。

借鉴既有研究的分析方法(朱迪,2023),本文将“供给丰富性机制”定义为某类消费产品或服务的种类和数量的充足程度,将“供给可及性机制”定义为消费者获取某类产品或服务的难易程度。以休闲文化消费为例,丰富性指本地区的餐饮休闲、文化娱乐等产品和服务供给是否数量充足、种类丰富;可及性指这些供给的价格是否合理、分布是否广泛、管理是否规范。基于以上讨论,针对宏观物质供给对消费的影响,本文提出以下假设。

假设2:本地区宏观物质供给状况对居民的消费有显著影响。

假设2.1:本地区宏观物质供给越丰富,居民消费支出越多。

假设2.2:本地区宏观物质供给越可及,居民消费支出越多。

此外,由于不同社会经济地位居民在消费能力、消费习惯等方面存在差异,宏观层面物质供给也可能对不同社会经济地位居民的消费产生不同影响。这一效果也在已有研究中被提及。比如,研究发现互联网使用对高收入群体比对低收入群体的消费升级作用更强(李旭洋等,2019),也有研究指出互联网普及更有效地减少了低收入群体内部的消费差异,而高收入群体的消费基尼系数对互联网发展的变化较不敏感(谭恒鑫等,2022)。周洲等(2022)发现较好的交通可

达性可激发人们的出行意愿,使其交通通信支出有所增加,但只是促进高收入群体消费结构升级,而对中低收入群体的消费具有抑制效应,这主要是因为交通设施完善显著提升了住房价格,使得中低收入群体住房支出大幅增加,从而对其他消费产生挤出效应。曾燕萍和刘霞(2020)的实证分析指出,政府公共文化支出增加能够有效提高中低收入水平家庭的文化消费支出,但对低收入和高收入家庭的影响均不显著。该研究认为低收入家庭主要停留在物质需求满足的层面上,高收入家庭则更加自发地转向文化消费,故而受到公共文化供给增加的外在刺激较小。

总结而言,无论是基本消费还是发展型消费,无论供给通过丰富性机制还是可及性机制发挥作用,都指向物质供给可能通过与社会经济地位的交互作用对消费产生影响。由此,本文提出假设3。

假设3:本地区宏观物质供给状况对不同职业阶层居民消费的影响存在差异。

三、数据来源和研究设计

本文使用的数据来自2021年中国社会状况综合调查(Chinese Social Survey, CSS)。该调查是中国社会科学院社会学研究所实施的一项全国范围的大型连续性抽样调查项目,目的是通过长期纵贯调查来获取转型时期中国社会变迁的数据资料。本文使用的2021年调查数据涵盖全国31个省区市、151个区市县,调查对象为18~69岁的中国城乡居民。剔除缺失值以后,共计148个区市县进入分析样本,共获得有效样本8314人。本文使用2021年的数据,可以据此探讨我国居民消费及其影响因素的最新状况。

(一)因变量

本文的核心因变量为居民消费支出,以家庭人均生活消费支出进行测量。中国社会状况综合调查详细询问了受访者2020年全家消费支出情况,还根据受访者每项消费支出的金额进行了总额复核,保证了数据的准确性。本研究使用加总数值计算得到家庭生活消费总支出金额,并根据家庭成员数量计算得到受访者家庭人均生活消费支出金额;同时,为满足线性模型的同方差假定、去除个别极端值的影响,我们对这一数值取了对数,这样也更便于解释分析结果。

(二) 自变量

本文的自变量包括消费侧和供给侧因素,其中消费侧因素通过微观层面个体社会经济地位变量测量,供给侧因素通过宏观区域层面的物质供给变量测量。本文使用 148 个区县市数据作为宏观层面物质供给的测量单位。人口向城市流动会带来产业和企业的集聚效应,城市比农村的商品供给体系更完善、便利,城市的消费环境不断改善(王宁,2009;李林杰等,2007),城市化发展也通过推动第二和第三产业的发展升级促进居民消费(易行健等,2016;干春晖、余典范,2003)。城市人口的增加也有利于政府和市场组织主动改善公共基础设施、增加政府公共服务支出,从而促进居民消费(王宁,2009;潘明清、高文亮,2014)。简言之,已有研究揭示了城市化通过丰富完善商业产品、服务以及改善基础设施和公共服务来促进消费的机制,因而本文使用城市化水平测量该地区的物质供给丰富性。此外,既有研究也指出,高铁是宏观层面物质供给可及性的重要指标,高铁的开通能够有效降低物流运输成本、扩大市场服务范围、提升商品的可获得性、降低商品价格,从而增加居民的本地消费和跨地区消费,即所谓的“时空压缩效应”(蔡文迪、吴宗法,2021;陈曦,2022)。也有研究提出“市场一体化效应”(申洋等,2021),认为高铁的开通可提高城市可达性、降低物流成本、加速市场一体化形成,有利于提高供给质量、优化供给结构,从而促进居民消费,并且实证分析发现开通高铁的城市消费支出、消费结构与消费率显著高于没有开通高铁的城市。参考既有研究,本文使用本地区是否开通高铁来测量该地区的物质供给可及性。

基于以上讨论,本文主要使用城市化率作为物质供给丰富性的测量指标,使用本地是否有高铁作为物质供给可及性的测量指标。城市化率指该地区常住人口占总人口的比例,为连续变量,本文使用 2020 年第七次人口普查数据中的城镇化率统计数据。高铁开通情况以被访者所在市是否有高铁来测量,为类别变量,本文使用 12306 官网检索对应地级市是否有高铁站。微观层面社会经济地位主要使用被访者的职业地位进行测量。本文数据中的职业变量分类包括农民,非在业(无业、退休、全职主妇和主夫等),工人,普通白领(办事人员、商业服务人员和个体工商户)和核心中产(专业技术人员和管理人员)。

最后,本文的控制变量包括宏观层面的区县人均 GDP,以及微观层面受访者的世代、受教育程度、城乡类型、家庭人均收入和社会地位认同。其中,区县人均 GDP 数据来自《2021 年中国县域统计年鉴》以及各区县国民经济和社会发展统计公报。世代是影响居民消费观念和消费模式的重要变量,我们将世代分为“50 后”“60 后”“70 后”“80 后”“90 后”与“00 后”。受教育程度包括大学本科及以

上与其他。地区类型包括城镇地区和农村地区。家庭人均收入根据过去一年(2020年)全家人均收入的数值计算而得,我们将其取对数使用。此外,社会地位认同是影响居民的消费预期和信心的重要变量,为控制这一效应,本文也将受访者的社会地位认同作为控制变量使用。

(三)统计模型

验证消费侧和供给侧不同维度因素对消费的影响需使用微观和宏观多个层次的数据。由于社会成员个体嵌套于区县之中,如果采用多元线性回归分析,就不满足个体间残差独立性的假定,会导致标准误的错误推定。考虑到宏观层面区县与微观层面个体嵌套的情况,本文使用多层线性模型(HLM)进行分析。

多层线性模型的公式设定如下:

$$Y_{ij} = \beta_{0j} + \beta_{1j}X_{ij} + r_{ij} \quad (1)$$

$$\beta_{0j} = \gamma_{00} + \gamma_{01}G_j + U_{0j} \quad (2)$$

$$\beta_{1j} = \gamma_{10} + \gamma_{11}G_j + U_{1j} \quad (3)$$

Y_{ij} 表示在*j*县区中*i*个体的家庭人均消费金额。 X_{ij} 表示*j*县区中*i*个体的家庭人均消费金额的观测值, β_{0j} 和 β_{1j} 是个体层面变量的系数, γ_{01} 和 γ_{11} 表示区县层面变量的截距项和系数。我们首先分析区域层次变量和个体层次变量的主效果。接下来,继续使用多层次线性模型的交互效应,对区域层次变量与个体层次变量的交互项进行分析,以检验宏观区域的物质供给对消费的影响如何被个体社会经济地位所调节。表1列出了纳入模型的所有变量的描述性统计结果。

表1 变量描述性统计

	平均值	标准差	最小值	最大值
个体层次				
家庭人均消费支出对数值	9.655	1.407	0	14.932
世代(参照组为“50后”)	47.264	13.055	18	69.000
“60后”	0.253	0.435	0	1
“70后”	0.215	0.411	0	1
“80后”	0.172	0.377	0	1
“90后”及“00后”	0.185	0.389	0	1
大学本科及以上(参照组为其他)	0.172	0.377	0	1
城镇地区(参照组为农村地区)	0.532	0.499	0	1

续表 1

	平均值	标准差	最小值	最大值
职业(参照组为农民)				
非在业	0.288	0.453	0	1
工人	0.148	0.355	0	1
普通白领	0.209	0.407	0	1
核心中产	0.075	0.264	0	1
家庭人均收入对数值	9.665	1.606	0	15.320
社会地位认同	2.851	1.086	1	5
区域层次				
地区人均 GDP 对数值	10.863	0.582	9.355	12.330
城市化率	0.685	0.203	0.066	1
居住地区有高铁(参照组为无高铁)	0.348	0.476	0	1

四、宏观物质供给对消费影响的实证分析

(一)描述性统计分析

我们首先关注在不控制任何变量的情况下微观层面社会经济地位、宏观区域的物质供给与家庭人均消费的相关关系。图 2 汇报了不同职业地位居民的家庭人均消费的情况。分析发现,社会经济地位越高的居民家庭人均消费水平越高。社会经济地位与家庭人均消费的关系基本为线性关系。核心中产居民的家庭人均消费水平最高,其次为普通白领以及工人和非在业者,农民的家庭人均消费水平最低。这证明了居民社会经济地位对家庭消费的作用。

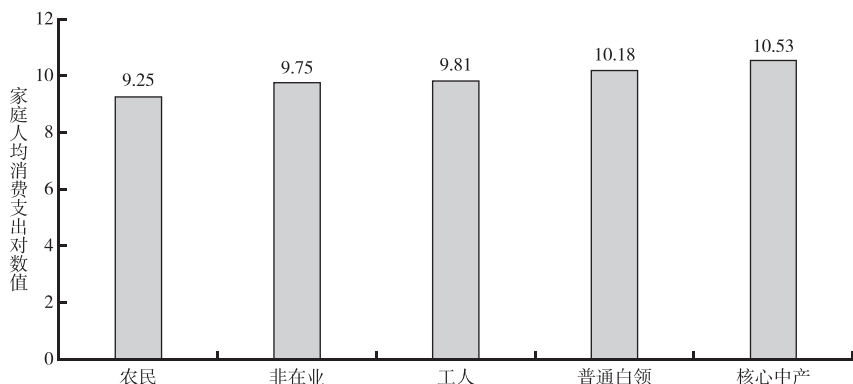


图 2 不同职业地位居民的家庭人均消费支出

接下来,我们继续分析区域层次变量与家庭人均消费的相关关系。图3^①显示,城市化率与居民家庭人均消费存在正相关关系。在有高铁的地区,其居民的家庭人均消费水平高于无高铁地区居民的家庭人均消费水平。^② 总之,结果表明,无论是个体层面的社会经济地位还是区域层面的城市化率和有无高铁,都与居民家庭人均消费支出存在一定正相关关系。本文将在接下来的回归分析中对这些关系进行更细致的分析。

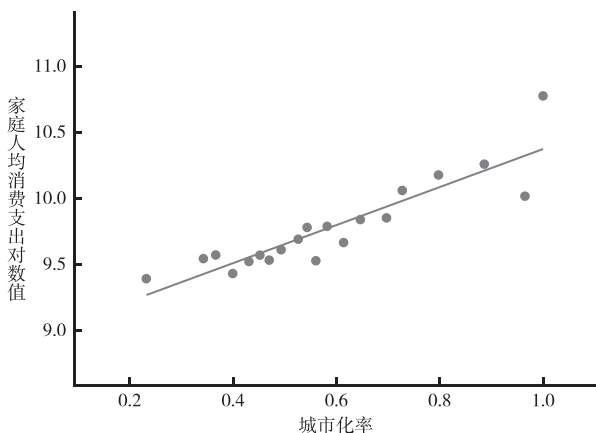


图3 本地区城市化率与家庭人均消费支出的关系

(二) 消费侧和供给侧因素对居民消费的主效应分析

多层次线性模型可以同时考察微观层面社会经济地位与区域层面变量对家庭人均消费的影响。我们使用嵌套模型的方法,通过逐步在模型中加入微观个体层面和宏观区域的层面变量来考察其对家庭人均消费的影响。结果见表2。

表2的模型2-1是没有任何自变量和控制变量的模型,即方差成分模型。经计算得知,区域层面方差占总方差的比例(ICC)为0.13,即总体方差的13%是由区域层面方差造成的,这表明本研究使用多层次模型比线性回归模型更适合。模型2-2是只有个体层面变量的基准模型,重点关注控制个体层面其他变量后个人社会经济地位对居民家庭消费的影响。研究发现,与农民相比,非在业人员、工人、普通白领和核心中产的消费支出都显著更高($P < 0.01$)。比较系数大

① 我们使用了stata中的binscatter绘制散点图,这一方法绘制的散点图可以更加简洁、清晰地显示变量之间的关系。

② 有高铁地区和无高铁地区家庭人均消费支出对数值分别为10.07和9.61。

表 2 居民消费的主效应分析模型 N = 8314

	模型 2-1 零模型	模型 2-2	模型 2-3	模型 2-4	模型 2-5
个体层次					
职业(参照组为农民)					
非在业		0.174 *** (0.033)	0.163 *** (0.033)	0.159 *** (0.033)	0.161 *** (0.033)
工人		0.155 *** (0.041)	0.140 *** (0.041)	0.137 *** (0.041)	0.140 *** (0.041)
普通白领		0.303 *** (0.040)	0.292 *** (0.040)	0.288 *** (0.040)	0.290 *** (0.040)
核心中产		0.412 *** (0.055)	0.407 *** (0.055)	0.405 *** (0.055)	0.406 *** (0.055)
世代(参照组为“50后”)					
“60后”		0.165 *** (0.035)	0.171 *** (0.035)	0.172 *** (0.035)	0.172 *** (0.035)
“70后”		0.389 *** (0.037)	0.399 *** (0.037)	0.401 *** (0.037)	0.399 *** (0.037)
“80后”		0.423 *** (0.040)	0.431 *** (0.040)	0.435 *** (0.040)	0.432 *** (0.040)
“90后”及“00后”		0.271 *** (0.041)	0.281 *** (0.041)	0.286 *** (0.041)	0.282 *** (0.041)
大学本科及以上(参照组为其他)		0.187 *** (0.035)	0.183 *** (0.035)	0.178 *** (0.035)	0.179 *** (0.035)
城镇地区(参照组为农村地区)		0.241 *** (0.028)	0.230 *** (0.028)	0.220 *** (0.028)	0.226 *** (0.028)
家庭人均收入对数值		0.220 *** (0.008)	0.217 *** (0.008)	0.216 *** (0.008)	0.217 *** (0.008)
社会地位认同		0.040 *** (0.012)	0.040 *** (0.012)	0.040 *** (0.012)	0.040 *** (0.012)
区域层次					
地区人均 GDP 对数值			0.205 *** (0.034)	0.136 *** (0.040)	0.178 *** (0.037)
地区城市化率				0.351 *** (0.119)	
居住地区有高铁(参照组为无高铁)					0.077 * (0.045)
常数项	9.470 *** (0.036)	6.706 *** (0.081)	4.509 *** (0.369)	5.066 *** (0.406)	4.773 *** (0.395)
地区数量	148	148	148	148	148

注:(1) * $P < 0.1$, ** $P < 0.05$, *** $P < 0.01$ 。(2)括号内为标准误。

小发现,在控制其他变量后,家庭人均消费水平从高到低依次为核心中产阶层、普通白领、非在业人员、工人和农民。这一结果说明了个人社会经济地位对消费的影响。假设 1“职业阶层越高,居民消费支出越多”成立。

关于控制变量,模型 2-2 显示,世代对家庭消费水平呈现倒“U”型影响关系,“70 后”“80 后”家庭消费水平最高,其次是“90 后”“00 后”与“60 后”,而“50 后”的家庭人均消费支出最少。居民的受教育程度越高,家庭消费支出越多。家庭收入越高,消费支出越多。社会地位认同越高,家庭人均消费支出也越多。

接下来,模型 2-3 则考察了区域人均 GDP 与消费的关系。经济越发达的地区居民家庭人均消费水平越高,与预期相符。具体而言,区域人均 GDP 每增加 1%,居民的家庭人均消费增加 20.5%。模型 2-4 和模型 2-5 分析了宏观物质供给变量对消费的影响。模型 2-4 分析了在控制个体层面变量以及本地区经济发展水平的条件下本地区城市化率对居民家庭人均消费的影响。数据显示,本地区城市化率对家庭人均消费具有显著的正向影响。地区的城市化率每增加 1%,居民家庭人均消费增加 35.1% ($P < 0.01$)。如上文所述,城市化率在一定程度上代表本地区物质供给的丰富性,假设 2.1“本地区宏观物质供给越丰富,居民消费支出越高”得到验证。

模型 2-6 则讨论了居民所在地区有无高铁对其消费的影响。可以发现,控制其他变量后,相比无高铁地区的居民消费,有高铁地区的居民家庭人均消费金额高出 7.7% ($P < 0.01$)。本文使用有无高铁来测量本地区物质供给的不可及性。假设 2.2“本地区宏观物质供给越可及,居民消费支出越多”得到验证。

(三) 消费侧和供给侧因素对居民消费的交互影响分析

验证本文提出的消费理论框架的关键不仅在于检验宏观供给变量对消费的直接影 响,还在于检验宏观供给与个体社会经济地位如何共同作用于消费。为此,表 3 汇报了个体层面社会经济地位与区域层面供给变量的交互作用。

表 3 居民消费的交互效应分析模型 N = 8314

	模型 3-1	模型 3-2
个体层次		
职业(参照组为农民)		
非在业	-0.107 (0.102)	0.113 *** (0.038)
工人	-0.011 (0.128)	0.110 ** (0.047)

续表 3

	模型 3-1	模型 3-2
普通白领	0.085 (0.117)	0.260 *** (0.047)
核心中产	0.053 (0.153)	0.349 *** (0.068)
世代(参照组为“50后”)		
“60后”	0.171 *** (0.035)	0.171 *** (0.035)
“70后”	0.402 *** (0.037)	0.401 *** (0.037)
“80后”	0.434 *** (0.041)	0.433 *** (0.040)
“90后”及“00后”	0.288 *** (0.041)	0.285 *** (0.041)
大学本科及以上(参照组为其他)	0.176 *** (0.035)	0.176 *** (0.035)
城镇地区(参照组为农村地区)	0.216 *** (0.028)	0.221 *** (0.028)
家庭人均收入对数值	0.216 *** (0.008)	0.217 *** (0.008)
社会地位认同	0.040 *** (0.012)	0.040 *** (0.012)
区域层次		
地区人均 GDP 对数值	0.139 *** (0.040)	0.178 *** (0.036)
城市化率	-0.064 (0.193)	
居住地区有高铁(参照组为无高铁)		-0.087 (0.070)
交互项(个体层次×区域层次)		
职业(参照组为农民)×城市化率		
非在业	0.522 *** (0.188)	
工人	0.323 (0.227)	
普通白领	0.421 ** (0.206)	
核心中产	0.660 *** (0.251)	

续表 3

	模型 3-1	模型 3-2
职业(参照组为农民) × 居住地区有高铁(参照组为无高铁)		
非在业		0.213 ^{***} (0.071)
工人		0.165 [*] (0.087)
普通白领		0.172 ^{**} (0.079)
核心中产		0.235 ^{**} (0.103)
常数项	5.238 ^{***} (0.406)	4.808 ^{***} (0.388)
地区数量	148	148

注:(1) * $P < 0.1$, ** $P < 0.05$, *** $P < 0.01$ 。(2)括号内为标准误。

表 3 中模型 3-1 是居民社会经济地位与城市化率交互项的效果,模型 3-2 则是社会经济地位与该地区有无高铁交互项的效果。模型 3-1 中社会经济地位与城市化率的交互项系数为正,且具有显著性。这说明城市化率对居民家庭消费的影响因个体层面社会经济地位的不同而不同。模型 3-2 显示社会经济地位与区域有无高铁的交互项也是显著的,说明有无高铁对不同社会经济地位居民消费的影响存在差异性。

为了更加直观地展示模型中的交互项系数,我们根据表 3 的结果绘制出了交互项的图示。图 4 根据模型 3-1 绘制,反映了居民所在地城市化率对不同社会经济地位居民消费支出的影响,图 5 则是根据模型 3-2 绘制的,反映了本地区有无高铁如何影响不同社会经济地位居民消费支出。

图 4 显示,城市化率对不同职业地位居民消费的影响存在显著差异。核心中产的家庭消费在城市化率高、物质供给丰富的条件下增长最为明显,其次为非在业人员,再次为白领。然而,对于农民而言,城市化率高、物质供给丰富不仅不会增加其消费支出,还会降低其家庭消费支出。图 5 则进一步表明,地区宏观供给的可及性(是否有高铁)对不同社会经济地位居民消费的影响存在差异。我们同样发现,随着高铁所反映的供给可及性的改善,核心中产、白领、非在业人员和工人家庭的家庭人均消费有所增加,而对于农民而言,其家庭人均消费比无高铁地区的农民更少。

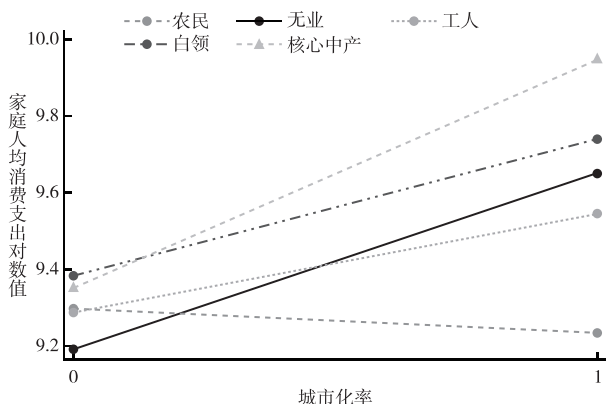


图4 城市化率对不同职业地位居民消费支出的影响

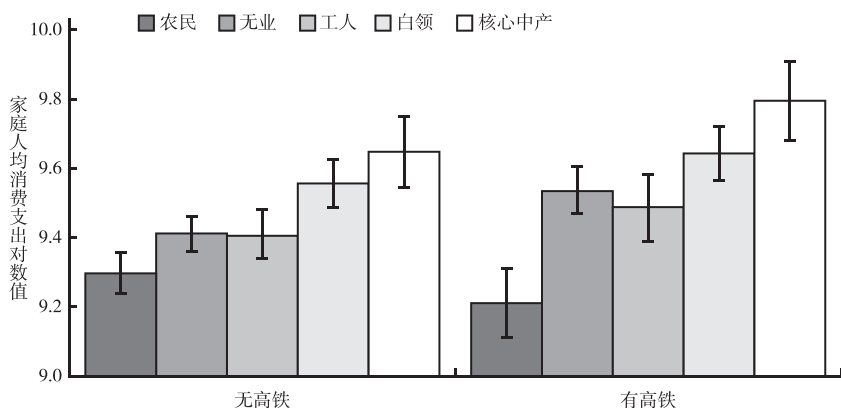


图5 地区是否有高铁对不同职业地位居民消费支出的影响

总体而言,我们的研究结果支持了假设3“本地区宏观物质供给状况对不同职业阶层居民消费的影响存在差异”。

那么,如何理解宏观物质供给增加但农民的家庭消费支出反而减少的趋势呢?我们认为,物质供给发展对农民消费的负面影响或许是因为随之而来的房价和物价上涨对农民消费有挤出效应。前文曾述及,住房价格是宏观供给影响居民消费的重要中介因素(周洲等,2022)。在本文的情境下,在物质供给较丰富、可及性较好的区域,该地区的住房价格可能也较高,优势阶层凭借住房资产优势而增加消费,而社会经济地位弱势群体则不得不将大部分收入用于住房支出,从而抑制了其他消费。

(四) 稳健性检验

已有研究对扩大消费的测量既体现在数量层面也体现在质量层面。在数量层面,消费升级表现为消费规模扩大,以居民平均消费支出来衡量;在质量层面,消费升级表现为消费结构提升和消费内容优化(孙久文、李承璋,2022)。因此,需要基于数量和质量两个维度全面系统地理解我国居民消费及其影响因素。上文关于家庭消费总支出的分析主要考察了消费的数量问题,为了全面系统地分析消费侧和供给侧变量对居民消费的作用,需要纳入消费质量的维度。因此,本文将围绕消费质量进一步讨论,以检验以上研究结果和研究假设的稳健性。

参考已有研究(刘湖、张家平,2016;姚明明、李华,2014;曾洁华、钟若愚,2021),本文将除了吃、穿、住基本消费之外的居民家庭消费定义为高质量消费,包括家用车辆购置支出、通讯支出、交通支出、教育支出、医疗保健、文化娱乐旅游支出、家政服务支出和保险支出。在计算出支出总额的基础上,根据家庭人数计算得到受访者家庭人均高质量消费的数值。分析方法与上文基本类似,使用多层线性模型。第一步,分析区域层次变量和个体层次变量的主效果;第二步,继续对区域层次变量与个体层次变量的交互项进行分析,以检验宏观区域物质供给对消费的影响如何被个体社会经济地位所调节。

稳健性检验的结果^①基本支持了个体社会经济地位和宏观物质供给对消费支出具有正向影响的结论,即职业地位越高,居民家庭人均高质量消费支出越多;宏观物质供给越丰富或者越可及,居民家庭人均高质量消费支出越多。需要指出的是,宏观层面物质供给的丰富性和可及性对居民高质量消费的效果并不显著,这是不同于表2消费总量模型的地方。交互分析模型显示,宏观物质供给对高质量消费支出的影响受到个体社会经济地位调节。结合主效应分析模型结果可以发现,就高质量消费而言,物质供给更多是通过增加较高社会阶层的高质量消费来起作用。

此外,分析也发现,供给丰富性改善对核心中产的高质量消费有显著影响,而供给可及性改善的影响则不显著。究其原因,可能由于很多高质量消费都是服务消费(比如休闲娱乐),更丰富的本地供给能够增加消费频率,从而增加中产和白领的高质量消费支出;而对于核心中产阶层来讲,其高质量消费动力更强,消费水平本身就比较高,比如买书、定期旅游等消费无论交通物流是

^① 具体模型结果可联系作者获取。

否方便都会进行,因而供给可及性未对其产生显著影响。这一特征也在已有研究(曾燕萍、刘霞,2020)中有所提及。我们关于高质量消费的分析结果进一步从消费质量的维度验证了本地区宏观物质供给状况对不同职业阶层居民消费的影响存在差异。

将因变量从家庭人均消费支出替换为家庭人均高质量消费支出后,模型结果验证了消费侧和供给侧因素均对消费扩大发挥作用的假设。由此可以认为本文提出的理论框架及实证模型通过了稳健性检验。

五、研究结论和讨论

中国消费需求疲软的现象常常被理解为中国人储蓄倾向较强,主要原因则包括节俭习惯、社会保障不完善、住房消费挤压,等等。这种消费机制常常被称为“不舍得花钱”。在传统经济学范式下,“不舍得花钱”是考虑到预算约束的理性计算,是理性“取舍”的结果;在传统社会学范式下,“不舍得花钱”受到阶层、观念等结构和制度因素影响,主要体现在低收入群体和老年群体中。而强调实践理论转向的当代消费社会学和行为经济学主张借助“选择设计”,使得“不花钱”或者“少花钱”不再是默认选项,而理性消费、追求美好生活成为更方便更容易的选择,从而改变人们的消费行为。本文即在这样的理论背景下展开讨论。

区别于传统的社会学研究范式,本文强调宏观外部环境对消费行为的重要作用,认为消费实践应联系宏观物质供给等相关实践来加以理解。在已有的供给理论基础上,本文提出一种实证分析框架,从消费侧和供给侧全面系统地考察消费行为的结构约束。基于2021年中国社会状况综合调查数据和区县层面统计数据,本文实证分析考察了社会经济地位和宏观物质供给对居民消费的影响。分析发现,个体层面社会经济地位与宏观层面物质供给都显著影响居民消费,宏观层面物质供给对消费的影响受到居民社会经济地位的制约。具体而言,较高职业阶层的居民消费支出显著更高,区县层面城市化率越高、本地区有高铁都对居民家庭消费具有显著正向影响,说明本地区物质供给越丰富、越可及,居民消费支出水平就越高;针对本地城市化率和个体社会经济地位以及是否有高铁和个体社会经济地位的交互分析显示,与其他阶层相比,宏观层面物质供给越丰富、越可及,越能显著提升高职业地位居民的消费支出水平。

近期我国密集出台政策恢复和扩大消费,^①把恢复和扩大消费摆在2023年经济工作优先位置,^②国务院办公厅转发《国家发展改革委〈关于恢复和扩大消费的措施的通知〉》,在总体要求中再次明确“坚持优化供给和扩大需求更好结合”,以高质量供给引领和创造市场新需求。^③ 本文的讨论希望为当下我国扩大消费和高质量发展提供学理基础和对策建议。研究结果不仅揭示了较为明确的对策思路,也有助于实现人民对美好生活的向往、推进中国式现代化。本文通过理论和实证分析讲述了一个不同于“有钱才消费”的故事:对于居民不扩大消费不应简单理解为“不舍得花钱”,这实际上可能是供给不完善带来的消费受挫。随着我国经济的快速发展、居民生活水平的不断提高、民生福利的不断完善,这种消费侧结合供给侧的理论框架对于居民“高储蓄、低消费”的现象有更强的解释力,并且能够提出更有效的对策建议。

首先,应努力完善优化包括产品和服务在内的市场供给,推动产品更新升级,在创新设计、成本控制等方面下功夫,鼓励商业模式创新,发展生活服务新业态,满足人民多层次、多元化的消费需求。

其次,应积极改善基础设施和公共服务等公共供给,优化地区间和地区内的交通物流等基础设施规划,加强消费市场规范和监管,营造健康有序的消费环境,保障消费者权益,完善消费者服务体系。

最后,在当前数字化社会的背景下,应通过加强新型基础设施建设、提升数字化服务提升居民消费,比如推动智能设备和平台服务的适老化改造,重视解决偏远地区的物流配送等问题,借助数字技术红利改善消费弱势群体、经济欠发达地区的物质供给,缩小消费差距、促进消费公平。本文的理论框架和实证分析指出,在努力缩小收入差距、提高民生保障的同时,也应改善物质供给的丰富性和可及性,从消费侧和供给侧两方面共同发力,满足人民对美好生活的追求,努力实现人民物质富足、精神富有。

研究也发现,物质供给在促进居民消费增长的同时,也在一定程度上扩大了消费不平等,尤其体现为物质供给较发达地区农民消费的下降,其原因可能有住房价格上涨、社会保障不完善,等等。已有研究也有类似发现。有研究指出,经

① 新华社,2022,《中共中央国务院印发〈扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)〉》,中国政府网(https://www.gov.cn/xinwen/2022-12/14/content_5732067.htm)。

② 《中央经济工作会议在北京举行》,2022,《人民日报》12月17日。

③ 《国务院办公厅转发国家发展改革委〈关于恢复和扩大消费措施的通知〉》(国办函〔2023〕70号),2023,中国政府网(https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202307/content_6895600.htm)。

济发展和技术进步往往与消费鸿沟、数字鸿沟和福利鸿沟相伴随(张翼、林晓珊,2015;赵联飞,2015),这值得重视。因此,在发展市场供给的同时也应着重提升公共服务供给水平,如完善住房保障、坚持房住不炒政策,缩小地区间、群体间的的社会不平等,只有这样才能真正实现高质量发展。

通过理论和实证分析,本文也发展了消费社会学理论,并致力于推动消费社会学的量化研究和社会学研究方法创新。本文将已有研究中的供给理论置于消费社会学理论脉络中加以梳理和论述,提出新的理论框架,同时通过实证分析为理论建构提供了支持,为消费社会学研究提出了一种实证分析策略。此外,本文也试图在实证分析方法上做出探索。供给侧视角强调将空间和时间维度上的产品和服务供给、资源设施等纳入分析,这就要求社会学研究从主要依赖个体层次的调查数据走向探索微观调查数据与宏观统计汇总数据和大数据等多种数据结合的研究方法,增强社会学研究在当今人工智能和大数据时代的生命力。

当然,本文也存在诸多不足。本文主要基于消费社会学的理论脉络展开讨论,可能对其他相关学科的研究进展关照不足。此外,物质供给对消费的影响不仅限于丰富性机制和可及性机制,还存在其他一些机制,比如改善产品和服务的质量、设计满足多层次消费需求的机制,强化产品和服务所传递的生活方式以引领消费的机制,等等。但是受制于数据来源,这些机制未能纳入本文的实证分析。基于更多宏观数据和大数据的收集,未来的研究有望从更多维度验证宏观外部环境对消费行为的影响。我们也希望未来不断更新完善这一兼顾消费侧和供给侧的消费理论框架,提出更有效的对策建议。

参考文献:

- 蔡文迪、吴宗法,2021,《高铁开通影响下中国城市消费差异分析》,《统计与决策》第5期。
- 陈曦,2022,《交通可达性对我国城市居民消费的空间溢出效应及异质性分析——来自高铁开通的证据》,《商业经济研究》第16期。
- 陈璋、徐宪鹏、陈淑霞,2011,《中国转型期收入分配结构调整与扩大消费的实证研究——基于投入产出两部门分析框架》,《经济理论与经济管理》第5期。
- 干春晖、余典范,2003,《城市化与产业结构的战略性调整和升级》,《上海财经大学学报》第4期。
- 顾雨辰、蔡跃洲,2022,《互联网普及能促进居民消费结构升级吗?——基于LA/AIDS拓展模型的实证分析》,《贵州社会科学》第1期。
- 李林杰、申波、李杨,2007,《借助人口城市化促进国内消费需求的思路与对策》,《中国软科学》第7期。
- 李培林,2017,《中国跨越“双重中等收入陷阱”的路径选择》,《劳动经济研究》第1期。
- 李旭洋、李通屏、邹伟进,2019,《互联网推动居民家庭消费升级了吗?——基于中国微观调查数据的研究》,《中国地质大学学报(社会科学版)》第4期。

林晓珊,2017,《增长中的不平等:从消费升级到消费分层》,《浙江学刊》第3期。

刘湖、张家平,2016,《互联网是扩大居民消费的新引擎吗?——来自城镇面板数据的实证分析》,《消费经济》第2期。

马红涛、楼嘉军、刘润、刘松,2018,《中国城市居民休闲消费质量的空间差异及其影响因素》,《城市问题》第9期。

潘明清、高文亮,2014,《我国城镇化对居民消费影响效应的检验与分析》,《宏观经济研究》第1期。

邱泽奇、张树沁、刘世定、许英康,2016,《从数字鸿沟到红利差异——互联网资本的视角》,《中国社会科学》第10期。

上海研究院社会调查和数据中心课题组,2016,《扩大中等收入群体,促进消费拉动经济——上海中等收入群体研究报告》,《江苏社会科学》第5期。

申洋、郭俊华、程锐,2021,《交通基础设施改善能促进居民消费吗——来自高铁开通的证据》,《商业经济与管理》第1期。

孙凤,2019,《关于消费“升级”与“降级”的几点认识》,《人民论坛·学术前沿》第2期。

孙久文、李承璋,2022,《需求侧与供给侧结合的消费升级路径研究》,《中国人民大学学报》第2期。

谭恒鑫、李欣雨、朱小明,2022,《数字经济时代的互联网普及与中国消费差异——基于CFPS2010—2018年数据的实证研究》,《宏观经济研究》第2期。

王宁,2003,《传统消费行为与消费方式的转型——关于扩大内需的一个社会学视角》,《广东社会科学》第2期。

——,2009,《消费系统现代化——一个扩大消费的社会学视角》,《中山大学学报(社会科学版)》第6期。

——,2014,《地方消费主义、城市舒适物与产业结构优化——从消费社会学视角看产业转型升级》,《社会学研究》第4期。

吴金海,2023,《从“物”到“时间”:消费的新转向与资本逻辑的“变脸”》,《天津社会科学》第3期。

吴军、叶裕民,2020,《消费场景:一种城市发展的新动能》,《城市发展研究》第11期。

吴振球,2017,《我国扩大居民消费:理论模型与实证研究》,《学习与实践》第9期。

西尔、丹尼尔·亚伦、特里·尼科尔斯·克拉克,2019,《场景:空间品质如何塑造社会生活》,祁述裕、吴军等译,北京:社会科学文献出版社。

辛伟、任保平,2021,《中国高品质消费引领高质量供给的机制和路径研究》,《消费经济》第6期。

徐朝阳、张斌,2020,《经济结构转型期的内需扩展:基于服务业供给抑制的视角》,《中国社会科学》第1期。

姚明明、李华,2014,《财富结构、消费结构与扩大内需》,《消费经济》第5期。

易行健、刘鑫、杨碧云,2016,《城市化对居民消费的影响:基于跨国面板数据的实证检验》,《经济问题探索》第7期。

余永定、李军,2000,《中国居民消费函数的理论与验证》,《中国社会科学》第1期。

喻国明、赵睿,2017,《网络素养:概念演进、基本内涵及养成的操作性逻辑——试论习总书记关于“培育中国好网民”的理论基础》,《新闻战线》第3期。

曾洁华、钟若愚,2021,《互联网推动了居民消费升级吗——基于广东省城市消费搜索指数的研究》,《经济学家》第8期。

曾燕萍、刘霞,2020,《政府公共文化支出对家庭文化消费的影响研究——基于中国家庭追踪调查的分析》,《消费经济》第2期。

- 张恒龙、姚其林,2020,《基于城乡居民消费行为分析视角的扩大内需研究》,《求是学刊》第1期。
- 张翼、林晓珊,2015,《消费不平等:资源支配逻辑和机会结构重塑》,《甘肃社会科学》第4期。
- 赵春艳、陈美爱,2016,《突围与重构:城市休闲供给优化的理念走向》,《学术论坛》第4期。
- 赵联飞,2015,《中国大学生中的三道互联网鸿沟——基于全国12所高校调查数据的分析》,《社会学研究》第6期。
- 郑春晔,2011,《青年学生网络素养提升的策略研究》,《浙江工业大学学报(社会科学版)》第2期。
- 周洲、段建强、李文兴,2022,《交通可达性提升能促进城镇居民消费升级吗?——基于双效应ELES和空间面板分位数回归的实证分析》,《云南财经大学学报》第4期。
- 朱迪,2013,《城市化与中产阶层成长——试从社会结构的角度论扩大消费》,《江苏社会科学》第3期。
- ,2023,《“宏观结构”的隐身与重塑:一个消费分析框架》,《中国社会科学》第3期。
- Bourdieu, Pierre 1984, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Fine, Ben & Kate Bayliss 2022, “From Addressing to Redressing Consumption: How the System of Provision Approach Helps.” *Consumption and Society* 1(1).
- Simmel, G. 1971, “Fashion.” In D. N. Levine (ed.), *On Individuality and Social Forms: Selected Writings*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Spaargaren, Gert 2003, “Sustainable Consumption: A Theoretical and Environmental Policy Perspective.” *Society and Natural Resources* 16(8).
- Spaargaren, Gert & Bas van Vliet 2000, “Lifestyles, Consumption and the Environment: The Ecological Modernization of Domestic Consumption.” *Environmental Politics* 9(1).
- Warde, Alan 2014, “Sociology, Consumption, and Habit.” In Dale Southerton & Alistair Ulph (eds.), *Sustainable Consumption: Multi-disciplinary Perspectives In Honor of Professor Sir Partha Dasgupta*. Oxford: Oxford University Press.
- , 2017, *Consumption: A Sociological Analysis*. London: Palgrave Macmillan.
- Wheeler, Kathryn 2022, “Applying a Systems of Provision Approach: Moral Economies and Consumption Work.” *Consumption and Society* 1(1).

作者单位:中国社会科学院社会学研究所
责任编辑:杨可