

# 住房属性嬗变与 城市居民阶层认同\*

——基于消费分层的研究视域

张传勇 罗峰 黄芝兰

**提要:**本文将住房纳入到消费分层的研究视域,基于2015年CGSS调查数据分析了住房对居民阶层地位认同的影响。研究发现,诸如产权、面积、社区品质等住房的消费品属性和住房消费分层本身都对阶层认同的产生及阶层分化产生了重要影响。因此,政府可以通过改善居民的住房条件来引导居民理性的住房需求,建立合理的房产增值收益分配体系,缓解住房不平等引起的社会阶层分化等问题。

**关键词:**消费分层 住房所有权 住房条件 阶层地位认同 阶层上升期望

## 一、引言

作为传统中国人理想生活形态的描绘,“安居乐业”一词体现了住房对于个体及家庭社会化生活的重要支撑意义。尤其是对中国的城市居民而言,住房问题也许是终其一生最重要的关注点。1978年以前,住房被纳入政府的社会福利体系,政府作为城市住房供给的单一主体而存在(裴凌罡,2017),住房的居住属性占据了主导地位。这一时期国家住房建设累计投资为343亿元,仅占同期累计基本建设投资总额的5.8%,年均住房建设投资12.7亿元,仅占GDP的1.5%,住房的投资属性基本被忽视(朱亚鹏,2007:48-49)。1978年党的十一届三中全

---

\* 本文受到国家自然科学基金面上项目“区域房价分化与家庭资产配置:机制、识别及政策含义”(项目号:71774057)及上海市哲学社会科学规划青年课题“城镇化进程中过渡性市民化空间的社会学研究”(项目号:2016ESH001)的资助,感谢匿名审稿人的修改意见,文责自负。通讯作者:罗峰,fluo@iud.ecnu.edu.cn。

会召开之后,政府通过公房出售试点的形式,启动了以住房商品化为主要目标的城镇住房供给制度改革,并逐步建立了住房公积金制度,较好地实现了住房资金的快速集聚。到1998年底,我国全面实施城镇住房制度改革时,住房公积金已覆盖231个地级城市、437个县级城市,缴存总额达到1231亿元,房地产投资额增至3614.23亿元,住房的投资属性得到释放。商品房开始逐步成为城市居民获得住房的主要途径,我国家庭住房自有率也随之不断攀升。根据中国家庭金融调查(CHFS)数据显示,2014年中国家庭的住房自有率为84.4%,远高于美国和欧盟国家约三分之二的住房自有率,拥有二套房的家庭的比例也达到了15.6%(甘犁等,2013;李培林、朱迪,2015)。2003年《国务院关于促进房地产市场持续健康发展的通知》出台,进一步明确了住房市场化方向。<sup>①</sup>随着2003年国有土地使用权出让“招拍挂”制度的全面实施和住房金融化的推进,住房进一步朝着商品化、市场化方向加速发展,致使房价不断攀升。统计数据显示,2003年至2018年间,全国商品房销售均价的年均增长率高达18%。快速上涨的房价极大地“冲击”了城镇居民的承受能力,社会反应越来越强烈。

住房市场化改革下的房屋由单纯的居住属性衍生出居住和投资(商品)双重属性,客观上也扩大了个人及家庭之间的住房财富差距。正如托马斯·皮凯蒂(Thomas Piketty)在《21世纪资本论》中所指出的,财富不平等爆发的根源在于资产积累的速度超过收入增长的速度(皮凯蒂,2014),而住房财富是资产的一个重要组成部分。过去20年来中国房价上涨速度超过了租金和收入的增长速度,这也使得我国在高住房自有率的同时依旧面临房价带来的社会财富分配不均问题。相关研究表明,不仅全国家庭间三分之二的财富不平等可以由家庭间房产差异来解释,而且房产在全国家庭财产增长中同样起着主导作用。2010年至2012年间,全国增加的财产中有54.5%来自房产,这一点在城市居民中表现得更为突出(靳永爱、谢宇,2015),并且这种不平等还在随着时间的推移进一步扩大。

伴随着居民住房产权拥有率的提升和住房条件的改善,住房也逐渐由单纯的居住属性衍生出更为丰富的属性。例如,在城市户籍制度

<sup>①</sup> 详见中华人民共和国国务院,《国务院关于促进房地产市场持续健康发展的通知》,2003年8月12日([http://www.gov.cn/gongbao/content/2003/content\\_62364.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2003/content_62364.htm))。

的作用下,住房又与城市落户、子女入学等重要城市福利和社会保障挂钩,不同类型的房屋产权所附着的生活便利程度、公共服务权利也存在相当大的差异,住房开始成为居民享受城市公共服务的必要条件,凸显出其权利属性和归属属性。于是,住房在社会分层体系中占据的地位越来越重要,并成为透析现阶段中国社会贫富差距和阶层分化的重要工具。既有研究指出,在当前中国城市社会中,住房所有权和住房条件差异不仅在事实上形成了基于财富的阶层分化(张文宏、刘琳,2013),使得相应的阶层认同形成(刘祖云、毛小平,2012;张海东、杨城晨,2017),甚至可能催生了一种新的基于财产或住房权利的分层秩序(李强、王美琴,2009)。

因此,将住房纳入阶层社会地位评价的指标体系之中,已成为当前的学界共识,而住房以何种角色、通过何种机制影响社会阶层及其地位认同的产生,则有待进一步的研究加以阐释。由此,本文将试图从消费分层视角出发,借助对依附于住房的居住、权利、归属和投资等属性的分析,探讨住房所有权和住房条件对社会阶层地位认同产生的影响机制,以期进一步探析我国居民的阶层认同现状,并对我国的城市住房政策提出相关建议。

## 二、文献回顾与研究假设

### (一)消费分层研究的西方进路及本土实践

社会分层是社会学研究领域的永恒议题,并先后沿着社会不平等产生的两种重要起源——生产与消费——发展出不同研究进路。最早的基于生产的分层理论起源于马克思的生产关系一元分层论,即依据人们的生产资料占有关系划分出不同阶级。而韦伯在发展出多元分层论的同时,通过把“身份群体”定义为“根据他们消费产品的原则而得到分层”的群体(格伦斯基编,2005:117),将消费作为阶层分层的原因而非单纯的结果引入了社会分层的研究之中。西方消费分层的理论研究主要沿着凡勃伦(Thorstein Veblen)、布迪厄(Pierre Bourdieu)和鲍德里亚(Jean Baudrillard)三位学者的脉络展开,将消费分层视为社会分层在消费领域的延伸和体现,分别探讨了消费所涉及的经济、文化和符号等资本如何实现身份建构和阶层区隔(林晓珊、张翼,2014)。

诚然,生产关系中的阶层与权利差异是造成社会不平等的根本因素。但是随着政府开始在生产和消费领域进行干预,资源的分配(尤其是消费品资源)不再仅以市场为基础,同时也体现出政府权力行使的政治逻辑(Saunders, 2003:292),一种围绕着政府的消费供给形成的新的社会分层和不平等在西方国家开始出现。西方新马克思主义的城市社会学研究者们捕捉到了这一转变,建构出有别于传统私人消费的“集体消费”理论,以实现对新的城市社会分化与不平等的分析。西方新马克思主义城市社会学的主要代表人物卡斯特(Manuel Castells)最先提出了“集体消费”的概念,他将消费品分为两类,即私人消费品(private individual consumption)和集体消费品(collective consumption)(蔡禾、何艳玲,2004),前者指那些可以在市场上买到的或自己提供的,被个人单独占有和消费的产品,后者指不能被分割的产品和服务,它们往往在一个集体层面被生产并消费,涉及日常生活中的各种产品、服务与设施等(Christensen & Levinson, 2003:203-205)。卡斯特认为,国家表面看起来是为所有人提供了平等的集体消费品,其实往往是将一部分人排除在集体消费品之外,最终反而扩大了社会的不平等(Castells, 1975:190-191),甚至形成了基于集体消费的不同消费利益群体。英国社会学家桑德斯(Peter Saunders)沿着集体消费的分析路径,提出了“消费部门分割”(consumption sector cleavage)理论。他指出,在因消费分层的差异、消费资源归属权的不同而形成的各种消费利益集团之间,不仅存在生活方式的区别,更有可能脱离各自的生产领域的分层归属,表现出明显差别的政治倾向(Saunders, 1984)。敦利威的研究则进一步证实,居民的政治倾向与其对消费部门(公营或私营)的依赖存在着密切的联系(Dunleavy, 1985)。

随着中国逐步进入消费社会,“消费”开始成为广受社会阶层所认可的、区分“我”与“他”的一个重要视角(李怀、程华敏,2010)。21世纪伊始,学者们逐渐意识到,在中国的经济结构转型和体制转轨的过程中,由于分配领域中双轨制和隐性收入的广泛存在,以职业和收入为基础的社会分层指标体系具有很大的局限性。因此,他们开始通过实证调研来考察消费领域的社会分层状况,并以此为基础分析了消费分层与其他社会分层之间的关系(李培林、张翼,2000)。值得一提的是,我国再分配体制的滞后使得生产和市场领域迅速出现的不平等与消费领域的不平等进一步交织,造成了部分阶层之间的心理冲突和利益矛盾,

并成为影响社会和谐稳定的潜在因素(蔡禾、何艳玲,2004),由此,消费也展现出中国的社会分化逻辑。而从消费的角度入手,对当前中国的社会分层进行研究也就具备了现实意义。

## (二)作为消费品的城市住房:分层指标的再认识

住房所有权、住房条件差异影响社会阶层分化的研究由来已久,早在19世纪40年代,恩格斯(1953)就在其《论住宅问题》一书中对英国曼彻斯特的社会居住空间模式进行了分析,从社会阶层的居住空间分割的角度探讨了英国社会的阶层化问题。针对20世纪中后期西方国家城市住房市场的社会与空间不平等日益加剧的问题,约翰·雷克斯(Rex John)和罗伯特·摩尔(Robert Moore)在《种族、社区和冲突》一书中首次提出了“住房阶级”(housing class)的概念(Rex & Moore,1967),从而进一步扩展了住房与分层的研究深度。“住房阶级”的概念将住房研究与主流社会学关注资源分配不平等和阶级斗争的传统紧密地结合在一起,同时也说明了城市的空间结构和社会组织是如何通过住房分配体系相互联系的(蔡禾、张应祥,2003)。此后桑德斯(Saunders,1984)等人从“住房所有权”和“使用情况”的角度拓展了住房理论的内涵。于是,住房消费成为重塑阶级身份辨识的关键因素,而对于住房消费而言,尽管市场能力(经济收入)依旧是社会成员获取住房资源的主要依据,但政府所制定的住房政策也扮演着重要角色。

20世纪80年代以前,在我国的公有或共有的所有制形式以及政府主导型的社会组织形式之下,政府在城市住房分配中的角色的重要性并不亚于“住房阶级”与“集体消费”概念的诞生地英国。政府的住房政策与公共住房分配系统直接带来了住房分配的社会不平等(蔡禾、张应祥,2003:153)。随着20世纪80年代以来一系列住房改革制度的推行,我国的住房分配模式发生了重大的变化,住房的性质也由政府福利转向市场商品,尽管住房改革的受益者基本是那些有更高政治地位或有更好经济条件的人,以及那些占有组织资源和权力的单位职工(Logan et al.,1999)。与此同时,政府城市建设的大力投入带来了城市内部以及城市之间公共服务供给的差异,在此大背景之下,不同类型的住房所隐藏的集体消费品属性依然存在。因此,自从20世纪末以来,我国的社会分层研究就开始将住房分层状况与成因视为社会(尤其是城市社会)分层状况与形成机制的重要内容(Bian & Logan,1996)。

当城市住房被视为消费品时,其具体属性可以分割为居住、权利、归属与投资等四个方面,并与阶层分化与认同产生联系。首先,住房在满足其基本居住需求的同时,原本生活方式和文化资本的无形阶层边界在居住空间的社会分化下变得有形和清晰起来(芦恒,2014),成为塑造物质生活机会(shaping material life chances)(Sauders,2003:225)的居住空间;其次,对中国城市居民而言,住房不只是一个住所,更是一个培养个人权利感的私人领域,反映并形成了人与地位、物品及权力之间的关系(戴慧思主编,2006:32-37),从而在住房的消费实践中无形地体现出其权利属性;再次,在现有的城市住房消费市场下,人们基于其住房消费的偏好以及支付能力约束,对社区及其周围的公共服务和居住空间质量进行选择,形成了不同品质的社区类型(冯云廷,2018),由此生发出各种类型与层次的社区内部交往形态,并转化为相应的社区归属感。最后,在城市居民日常生活中,住房不仅是物理空间大、经济价值高和使用时间长的家庭消费品,更是一项各种权属关系的综合体(陈柔婷,2010),住房拥有者可以通过住房的租金、增值和抵押等价值获取途径来谋取经济收益,从这个意义上来说,住房也是中国城市居民最具投资价值的消费品之一。综上所述,住房这一消费品无疑是当前最能体现中国社会分层现状的重要指标之一。

### (三)分析框架与研究假设

遵循西方消费分层的研究进路以及“住房阶层”的理论框架,国内外学者们已然注意到住房背后所蕴含的深刻阶层意涵,并展开了相应的研究(Bian,2002;张海东、杨城晨,2017)。而从住房的消费品属性出发,进一步探究住房以何种角色、通过何种机制对社会阶层认同产生影响,则是本文试图阐释的问题。正如马克思认为对生产分层的研究基于对生产过程中的剩余价值的争夺(陈周旺、汪仕凯,2013:63),消费分层研究也无法脱离对整个消费过程的关切。具体而言,可以将消费分层的实现过程分为三个阶段:第一,消费者以何种途径、何种身份进入消费场域,获得何种消费品;第二,消费者如何实现消费品各种属性的价值兑现,以及属性价值兑现的具体体现;第三,消费结果反馈如何,即给消费者的社会阶层带来怎样的影响,这不仅包括主观认同和客观改变,也包括对当下的认识与变化的预期。基于此,本文从消费分层的实现过程出发,构建出相应的分析框架(见图1)。

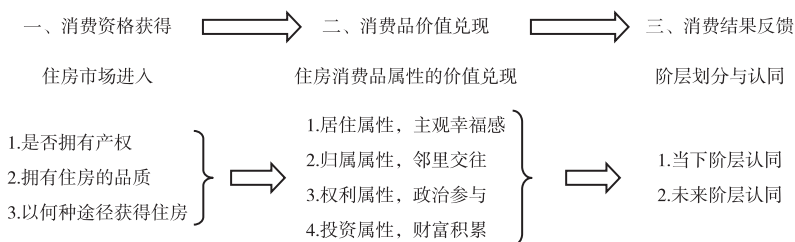


图1 消费分层实现过程图(以住房消费为例)

作为消费分层的最重要指标之一,中国城市住房所体现出的阶层分化同样蕴含在其消费过程之中。从消费资格的获得过程来看,住房在市场化改革后更多地表现为商品而非福利(Bian,2002),住房的获取过程不仅承载着包括收入、职业等在内的阶层变量,还涉及个人政策能力对住房消费的影响,因而更能反映出市场转型的程度及市场转型与社会分层的关系(毛小平,2010)。因此,在中国特色社会主义的市场经济背景下,住房市场的分配不平等体现出了市场与制度的双重作用,在这个过程中,社会分层机制既实现了制度跨越,又保持了权力维持(蔡禾、黄建宏,2013;边燕杰、刘勇利,2005)。不同的阶层自主地在不同的选择框架内解决自己的住房消费,反馈出住房消费的阶层意识与阶层归属感(浩春杏,2007:212-213),而不同住房消费阶层的群体之间的冲突,正是社会对城市住房市场不平等的一种回应(Chen et al., 2017)。

既有研究也表明,住房的消费品属性(具体可以表现为住房所有权和住房条件差异)不仅是社会阶层划分的表现形式,体现了财富、文化等要素的分层效应,更构成了居民对于自身阶层地位的判断依据(张文宏、刘琳,2013),从而显著影响到居民的阶层认同。而且,基于住房消费的居住模式对于分层趋势及阶层认同的影响还存在逐步扩大的趋势(刘精明、李路路,2005)。由此,本文首先提出研究的基本假设  $H_0$ 。

$H_0$ :居民拥有的住房消费品价值越高,即拥有住房产权且住房条件越好,其阶层地位认同越高。

基于研究需要与实证可行性,本文主要聚焦于消费分层实现的三

个过程中的第二阶段——消费品价值兑现,着重探讨住房消费影响阶层认同的具体机制。因此,将具体分析住房的四类消费属性如何体现在居民的日常生活中,并最终反馈在阶层认同上。

首先,一般来说,住房的居住属性,诸如是否拥有住房所有权、拥有一套还是多套住房所有权以及(房屋类型、房屋面积、社区配套情况等)住房条件的不同能够通过物质生活机遇,对居民幸福感产生影响(Zhang et al.,2018),进而影响到阶层地位认同。既有的中国实证研究也表明,住房的所有权及住房条件均能对个体的主观幸福感产生显著的正面影响(Zhao,2012;Hu,2013;张翔等,2015;范红忠、侯亚萌,2017)。基于此,本文提出第一个假设。

H<sub>1</sub>:从住房的居住属性出发,拥有住房所有权及更好的住房条件能够增强居民的主观幸福感,主观幸福感越强的居民阶层地位认同越高。

其次,住房所有权会极大地影响个体政治态度和行为,这正是住房的权利属性建构政治联盟的体现(Sauders,2003:225)。既有研究显示,在中国大规模住房私有化的社会背景下,社区关系从乡土社会的血缘关系、单位制社会的业缘关系发展到了现在的后单位时代的居缘关系。社区类型也由自然型社区(单位型社区)发展成了阶层性社区(徐晓军,2000)。房屋产权类型不同的群体在社会政治行动中的参与倾向的差异也得到了实证研究的证实(李骏,2009;张磊,2005)。同时,政治社会学也一直将阶层与政治参与行为之间的关系置于研究的核心位置,并论证了政治参与度与社会阶层的位置存在显著的相关性,而且主观阶层认同对于居民的政治参与行为的影响比客观阶层地位更为显著(刘欣、朱妍,2011;许汉泽、徐明强,2013)。基于此,本文提出第二个假设。

H<sub>2</sub>:从住房的权利属性出发,拥有住房所有权及更好的住房条件能够提升居民政治参与度,政治参与度越高的居民阶层地位认同越高。

再次,正如胡荣、张义祯(2005)在研究中指出的那样,社会阶层的本质是想象的共同体,是整个社会主观建构的产物,社会阶层的认同往往是通过共同体所共有的社交符号以及身份标识得以体现的。因此,人们的社会交往在很大程度上由客观分层地位决定,并通过这种交往过程本身来强化各自的主观阶层地位认同(刘精明、李路路,2005)。住房所体现出的归属属性正是这样一个重要载体,同一社区内的居民



通过内部交往所塑造的文化体验与身份认同有助于建立一种区别于市场位置的社会关系(张杨波、吴喜,2011),从而强化其对于社区的心理归属感(吴缚龙等,2017),并以此为基础建构起相应的社会阶层认同。基于此,本文提出第三个假设。

H<sub>3</sub>:从住房的归属属性出发,拥有住房所有权及更好的住房条件能够增强居民社区归属感,社区归属感越强的居民阶层地位认同越高。

最后,自上世纪90年代中国实施城镇住房改革以来,房价的总体性上涨使得住房的庇古效应(Pigou effect)得以彰显,逐步成为影响个体及家庭财富水平变动最重要的因素之一(周膺、吴晶,2010:17)。住房差异可以通过住房产权带来的资产性收益渠道和住房价值带来的潜在再投资收益渠道等影响家庭总收入,加剧家庭之间的收入不平等(张传勇,2018)。而且,随着房价的总体性上涨以及在不同城市间的进一步分化,住房的投资属性加速了居民的财富积累,并可能拉大居民之间的财富差异(陈彦斌、邱哲圣,2011),进而产生基于住房财富的阶层分化与认同。基于此,本文提出第四个假设。

H<sub>4</sub>:从住房的投资属性出发,拥有住房所有权及更好的住房条件能够增加居民财富积累,财富积累越多的居民阶层地位认同越高。

### 三、研究设计与数据来源

#### (一)研究设计

在计量模型的选取上,由于居民阶层认同是有序分类变量,本文主要采用如下有序概率模型(ordered probit model)进行实证分析:

$$Y_i^* = \alpha + \beta X + \varepsilon \quad (1)$$

其中,因变量 $Y$ 为阶层的地位认同,自变量集 $X$ 代表四类变量:居民的个人情况(性别、年龄、婚姻状况、教育程度、政治面貌、工作状况、户口、个人收入和职业类型等),家庭情况(家庭规模、家庭总收入、父母的教育程度及其职业类型等),地区特征(主要控制了居民所在省份一年内的房价增长率)以及住房状况(产权情况、套内面积、社区品质)等。

为进一步解释住房的消费品属性影响居民阶层地位认同的机制,

结合上文提出的研究假设,本文还将进一步分析无房家庭(相比一套房和多套房家庭)、一套房家庭(相比无房和多套房家庭)和多套房家庭(相比无房和一套房家庭)之间的阶层认同差异。此外,在实证分析的最后,我们将基础模型中的因变量由个人的阶层认同分别替换为个人在同龄人之间的阶层认同以及个人对于阶层认同的上升期望,深入挖掘住房条件对社会阶层分化的影响,从而不仅对文章主要问题进行补充分析,也对住房对于阶层认同的长期影响加以验证。

## (二)数据来源与变量分析

本文选取了中国人民大学和香港科技大学联合组织的中国综合社会调查(China General Social Survey,即CGSS)最新公布的2015年调查数据,调查样本涵盖了全国除海南、新疆和西藏之外的28个省/市/自治区的478个村居,有效问卷10968份。由于本文只考虑非农村样本,因此删除了农村和有缺失值的样本,共得到有效样本6470个。本文选取住房产权和住房条件作为主要解释变量,具体包括:住房产权(现有住房为自有或亲属拥有产权的赋值为1,否则为0);住房面积(被调查样本现住的住房套内建筑面积);社区品质(被调查人居住的社区的安全程度,1=非常不安全,2=不太安全,3=一般,4=比较安全,5=非常安全)。被解释变量为被调查人目前所处的社会阶层,调查问卷中对应的问题为“您认为自己目前处于哪个等级上”(最底层赋值为1,最顶层赋值为10)。

为揭示住房消费品属性对社会阶层认知的具体影响路径,我们依次引入了居民的主观幸福感、社区归属感、政治参与度以及家庭财富作为中介变量,同时根据研究需要,本文将性别、年龄、婚姻、户口、政治面貌、受教育程度、个人年收入、工作情况、职业类型等个人特征以及家庭规模、家庭总收入、父母的教育程度及职业类型等家庭特征作为控制变量。此外,为控制地区间房价差异,本文又引入了2014年各省的商品房平均销售价格的增长率作为控制变量。相关数据来自中国统计年鉴。<sup>①</sup>

<sup>①</sup> 篇幅所限,这里没有列出变量的基本描述性统计结果,有兴趣的读者可以向作者索取。此外,由于调查数据中对于受访者父亲和母亲的教育程度调查结果有部分缺失,为了不损失样本量,本文采用了分段插值法对这两类数据进行了插值处理。

## 四、研究发现和讨论

## (一) 基准分析

为了检验住房的消费品价值(即住房所有权和住房条件)对于居民阶层认同的影响,本文采用有序概率模型进行估计,其中,表1的模型1-1自变量中只加入了主要解释变量(住房产权和住房套内面积、以社区品质为代表的住房条件)和地区特征对于居民阶层认同的影响,模型1-2在模型1-1的基础上控制了个人特征变量,如性别、年龄、婚姻状况、教育程度、政治面貌、户口、个人收入、工作状况和职业类型,模型1-3是在模型1-2的基础上进一步控制家庭特征变量,包括家庭规模、家庭总收入、父亲及母亲的教育程度、父亲及母亲的职业类型等。模型1-4、1-5、1-6、1-7逐步加入居民幸福感、政治参与度、社区归属感、家庭财富等变量,考察住房条件对阶层认同影响中可能会起到中介作用的变量影响程度。结果如表1所示。

表1 住房所有权、住房条件对阶层认同的影响

变量	模型 1-1	模型 1-2	模型 1-3	模型 1-4	模型 1-5	模型 1-6	模型 1-7
主观幸福感				0.314*** (0.018)			
社区归属感					0.044*** (0.014)		
政治参与度						0.152*** (0.029)	
家庭财富							0.645*** (0.024)
住房产权	0.259*** (0.048)	0.212*** (0.049)	0.196*** (0.049)	0.147*** (0.049)	0.185*** (0.049)	0.171*** (0.052)	0.081* (0.049)
住房面积	0.189*** (0.022)	0.211*** (0.022)	0.219*** (0.023)	0.205*** (0.023)	0.213*** (0.023)	0.215*** (0.024)	0.096*** (0.023)
社区品质	0.097*** (0.012)	0.052*** (0.012)	0.044*** (0.013)	0.033*** (0.013)	0.044*** (0.013)	0.042*** (0.013)	0.021* (0.013)
房价涨幅	-0.370*** (0.258)	-0.670*** (0.256)	-0.797*** (0.256)	-0.671*** (0.255)	-0.845*** (0.257)	-0.825*** (0.270)	-0.471* (0.255)
年龄		-0.025*** (0.005)	-0.023*** (0.005)	-0.014*** (0.005)	-0.024*** (0.005)	-0.026*** (0.005)	-0.011** (0.005)

续表 1

变量	模型 1-1	模型 1-2	模型 1-3	模型 1-4	模型 1-5	模型 1-6	模型 1-7
年龄的平方		0.000 *** (0.000)	0.000 *** (0.000)	0.000 *** (0.000)	0.000 *** (0.000)	0.000 *** (0.000)	0.000 *** (0.000)
性别		-0.165 *** (0.027)	-0.155 *** (0.027)	-0.133 *** (0.027)	-0.156 *** (0.027)	-0.169 *** (0.028)	-0.134 *** (0.027)
婚姻状况		0.235 *** (0.036)	0.238 *** (0.037)	0.166 *** (0.037)	0.233 *** (0.037)	0.223 *** (0.038)	0.179 *** (0.037)
教育程度		0.039 *** (0.007)	0.030 *** (0.007)	0.027 *** (0.007)	0.031 *** (0.007)	0.029 *** (0.007)	0.023 *** (0.007)
政治面貌		0.083 ** (0.037)	0.076 ** (0.037)	0.037 (0.037)	0.074 ** (0.037)	0.075 ** (0.038)	0.056 (0.037)
户口		0.139 *** (0.031)	0.114 *** (0.032)	0.097 *** (0.033)	0.115 *** (0.033)	0.116 *** (0.034)	0.094 *** (0.033)
个人收入		0.182 *** (0.016)	0.154 *** (0.016)	0.145 *** (0.016)	0.158 *** (0.016)	0.151 *** (0.017)	0.094 *** (0.016)
工作状况		0.029 (0.033)	0.012 (0.033)	0.016 (0.033)	0.016 (0.033)	0.011 (0.035)	0.005 (0.034)
职业类型		0.073 *** (0.024)	0.065 *** (0.024)	0.059 ** (0.024)	0.064 *** (0.024)	0.073 *** (0.025)	0.034 (0.025)
家庭规模			-0.030 *** (0.011)	-0.035 *** (0.011)	-0.032 *** (0.011)	-0.029 *** (0.011)	-0.016 (0.011)
家庭总收入			0.076 *** (0.012)	0.070 *** (0.011)	0.077 *** (0.012)	0.078 *** (0.013)	0.028 *** (0.011)
父亲的教育程度			0.005 (0.007)	0.004 (0.007)	0.006 (0.007)	0.003 (0.007)	0.005 (0.007)
母亲的教育程度			0.021 ** (0.009)	0.020 ** (0.009)	0.022 ** (0.009)	0.022 ** (0.010)	0.016 * (0.009)
父亲的职业类型			0.007 (0.022)	0.002 (0.022)	0.006 (0.022)	0.011 (0.023)	-0.015 (0.023)
母亲的职业类型			0.029 (0.025)	0.027 (0.025)	0.028 (0.025)	0.025 (0.026)	0.022 (0.025)
样本量	6397	6384	6384	6376	6384	6003	6342
伪 R <sup>2</sup>	0.009	0.035	0.039	0.053	0.039	0.040	0.080
对数似然值	-11437	-11114	-11071	-10885	-11066	-10383	-10522
卡方检验	194.9	746.4	819.8	1116	837.8	788.4	1413

注:(1)括号内为稳健性标准误。(2)\* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01。

表1模型1-1、1-2、1-3的回归结果显示,住房产权以及住房条件对于阶层认同都产生了显著的影响,即拥有住房产权能够增强居民的阶层认同,而且住房套内面积越大,社区品质越高,居民阶层认同越高,即假设 $H_0$ 得到验证,住房所有权和住房条件成为辨识阶层地位认同的关键因素。但住房价格对社会整体的阶层地位认同却有抑制作用,即住房价格涨幅越高,居民获取住房这一消费品的难度越大,社会整体的阶层地位认同越低。从个人和家庭特征来看,年龄、性别、婚姻状况、受教育程度、政治面貌、户口、工作状况、收入、职业声誉等因素与阶层认同之间的关系均与现有理论以及常识相符,进一步证实了文章假设检验的有效性。模型1-4、1-5、1-6、1-7的结果分别显示,居民的主观幸福感、政治参与度、社区归属感、家庭财富积累都对居民阶层认同产生了显著的正面影响,以上的研究结论与本文的研究假设的路径一致。为了进一步揭示住房条件影响阶层认同的内在机制,本文接下来分别就住房对于主观幸福感、政治参与度、社区归属感、家庭财富积累的影响进行检验。

## (二)影响机制检验

为进一步揭示住房产权和住房条件影响阶层认同的具体机制,本文又分别以居民幸福感、政治参与度、社区归属感以及家庭财富这四个中介变量作为因变量进行回归分析。其中基本模型的自变量只加入了住房产权和住房条件等关键解释变量和地区房价变量,后续两个模型则进一步控制了个人特征变量和家庭特征变量。

### 1. 住房所有权、住房条件对居民主观幸福感的影响

以居民主观幸福感作为因变量,模型2-1自变量中只加入了住房产权和住房条件(套内面积、社区品质)等关键解释变量和地区房价变量,模型2-2和模型2-3进一步控制了个人特征变量和家庭特征变量,系统考察住房产权和住房条件对于居民主观幸福感的影响。检验结果如表2所示。

可以看出,模型2-1、2-2和2-3中家庭住房产权、房屋套内面积和房屋所在的社区品质三个变量的回归系数均为正,说明拥有住房产权可以明显提高居民主观幸福感;并且,房屋套内面积越大、社区品质越高级,居民的主观幸福感越强,研究假设 $H_1$ 得到验证。而地区房价涨幅对于幸福感的影响为负,尤其是在模型2-3中,控制了家庭特征

以后系数变得显著,这说明考虑家庭特征后房价涨幅显著降低了居民的主观幸福感。

表2 住房所有权、住房条件对居民主观幸福感的影响

变量	模型 2-1	模型 2-2	模型 2-3
住房产权	0.286 *** (0.050)	0.251 *** (0.050)	0.236 *** (0.051)
住房面积	0.111 *** (0.023)	0.105 *** (0.023)	0.092 *** (0.024)
社区品质	0.091 *** (0.013)	0.069 *** (0.013)	0.063 *** (0.014)
房价涨幅	-0.215 (0.271)	-0.384 (0.272)	-0.456 * (0.272)
个人特征		控制	控制
家庭特征			控制
样本量	6455	6442	6442
伪 R <sup>2</sup>	0.009	0.031	0.032
对数似然值	-7079	-6906	-6895
卡方检验	119.4	437.2	454.7

注:(1)括号内为稳健性标准误。(2)\* p<0.1,\*\* p<0.05,\*\*\* p<0.01。

## 2. 住房所有权、住房条件对政治参与度的影响

表3是以政治参与度作为因变量的回归结果。其中,模型3-1是加入住房产权、住房条件和地区房价涨幅等关键变量的检验结果,模型3-2和模型3-3是进一步加入个人特征和家庭特征的控制变量的回归结果。可以发现,拥有住房产权和房屋所在社区品质较高能够显著提高居民的社区政治参与度,而房价涨幅高的地区居民的政治参与度也较高;不考虑居民的个人和家庭特征时,套内住房面积对居民政治参与度没有显著影响,但考虑了居民的个人和家庭特征后,住房面积增加可以显著提升居民政治参与的积极性,研究假设 H<sub>2</sub> 得到验证。此外,房价涨幅高的地区、品质较高的社区居民政治参与度较高,这一发现也意味着住房消费品的价值越高,居民越倾向于参与政治,以表达及维护自己的权益。

表3 住房所有权、住房条件对居民政治参与度的影响

变量	模型 3-1	模型 3-2	模型 3-3
住房产权	0.382 *** (0.062)	0.320 *** (0.063)	0.316 *** (0.063)
住房面积	0.026 (0.028)	0.050 * (0.029)	0.061 ** (0.030)
社区品质	0.035 ** (0.016)	0.051 *** (0.016)	0.049 *** (0.016)
房价涨幅	2.195 *** (0.314)	2.242 *** (0.318)	2.266 *** (0.319)

续表 3

变量	模型 3-1	模型 3-2	模型 3-3
个人特征		控制	控制
家庭特征			控制
样本量	6077	6065	6065
伪 R <sup>2</sup>	0.012	0.057	0.059
对数似然值	-3966	-3778	-3769
卡方检验	92.63	425.3	446.9

注:(1)括号内为稳健性标准误。(2)\* p < 0.1, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01。

### 3. 住房所有权、住房条件对社区归属感的影响

表 4 是以社区归属感作为因变量的回归结果。其中,模型 4-1 的结果显示,是否拥有产权、套内面积以及居住的社区品质都对居民的社区归属感有显著影响,有房屋产权和较大的住房面积显著提高了居民的社区归属感,研究假设 H<sub>3</sub> 得到验证。在没有控制个人特征和家庭特征时,社区品质对社区归属感的影响显著为负,这说明如果不考虑人群特征,越是高端的社区,居民之间的陌生感越强,群体之间的距离越大。此外,与政治参与度类似的是,房价涨幅会提升居民对于社区的归属感,其原因可能在于:随着房价的上涨,社区内更有可能形成一个相应的“房价利益共同体”,进而推动社区内部成员的彼此交流。模型 4-2 和 4-3 分别控制了个人和家庭特征,结果显示,在考虑居民的群体差异后,社区品质对社区归属感的影响不再显著,影响社区归属感的住房特征主要是住房产权和住房面积。

**表 4 住房所有权、住房条件对社区归属感的影响**

变量	模型 4-1	模型 4-2	模型 4-3
住房产权	0.270 *** (0.047)	0.261 *** (0.048)	0.262 *** (0.048)
住房面积	0.212 *** (0.022)	0.200 *** (0.022)	0.167 *** (0.023)
社区品质	-0.033 *** (0.012)	0.009 (0.013)	0.011 (0.013)
房价涨幅	0.862 *** (0.258)	1.053 *** (0.258)	1.098 *** (0.259)
个人特征		控制	控制
家庭特征			控制
样本量	6468	6453	6453
伪 R <sup>2</sup>	0.009	0.041	0.044
对数似然值	-9290	-8970	-8940
卡方检验	160.7	735.8	790.9

注:(1)括号内为稳健性标准误。(2)\* p < 0.1, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01。

#### 4. 住房所有权、住房条件对家庭财富的影响

表5是以家庭财富作为因变量的回归结果,与研究假设H<sub>4</sub>相一致,拥有住房产权和较好的住房条件显著提升了居民对于家庭经济地位的认同,但房价涨幅却会对这一认同有负面影响。这深刻说明了尽管房价的上涨有助于拥有住房产权的个人和家庭的财富积累,但是却加重了无房群体的购房负担。这也启发了本文进一步关注不同住房产权群体的内部差异,后文将进行相应的异质性分析。

表5 住房所有权、住房条件对家庭财富的影响

变量	模型 5-1	模型 5-2	模型 5-3
住房产权	0.424 *** (0.049)	0.397 *** (0.050)	0.370 *** (0.050)
住房面积	0.348 *** (0.024)	0.387 *** (0.024)	0.397 *** (0.026)
社区品质	0.141 *** (0.013)	0.089 *** (0.014)	0.077 *** (0.014)
房价涨幅	-0.510 * (0.277)	-0.824 *** (0.279)	-1.039 *** (0.281)
个人特征		控制	控制
家庭特征			控制
样本量	6414	6403	6403
伪 R <sup>2</sup>	0.036	0.088	0.104
对数似然值	-6648	-6278	-6173
卡方检验	493.6	1094	1179

注:(1)括号内为稳健性标准误。(2)\* p < 0.1, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01。

### (三)住房消费分层与阶层认同的纵向比较

前文从消费分层的视角横向比较分析了住房产权和住房条件对居民阶层认同的影响差异,发现住房产权和住房条件与阶层认同密切相关,拥有住房产权以及住房条件较好的居民阶层地位认同较高。从住房的居住、权利、社会和投资四种属性出发的分析,也验证了本文关于是否拥有产权以及住房的具体条件对于居民主观幸福感、政治参与度、社区归属感、家庭财富积累的影响的研究假设。与此同时,需要进一步指出的是,住房产权状况及住房面积的消费也分割出了不同的住房消费阶层。因此,有必要进一步考察不同住房消费层级的居民在阶层认同上的差异。

#### 1. 住房产权分层对居民阶层认同的影响

住房消费分割出的不同阶层首先体现在房屋产权的差异上。由



此,我们对无房、仅有一套和拥有多套房的家庭进行比较分析,结果如表6所示。从表6中模型6-1、6-2和6-3的结果可以发现,在控制个人特征和家庭特征等变量后,无房家庭的阶层认同远远低于有房家庭,一套房家庭的阶层认同要低于多套房家庭。这一结果更加直接地说明,住房产权加速了阶层分化。相比多套房家庭,无房家庭和一套房家庭的阶层自我认同较低,而住房条件对于阶层分化的影响大致相当。

表6 住房产权分层群体的阶层认同差异

变量	模型6-1	模型6-2	模型6-3
无房(参照类:有房)	-0.196***(0.049)		
一套房 (参照类:无房和多套房)		-0.098*** (0.030)	
多套房 (参照类:无房和一套房)			0.083*** (0.012)
住房面积	0.219***(0.023)	0.239***(0.023)	0.227***(0.023)
社区品质	0.044***(0.013)	0.043***(0.013)	0.040***(0.013)
房价涨幅	-0.797***(0.256)	-0.816***(0.256)	-0.787***(0.256)
个人特征	控制	控制	控制
家庭特征	控制	控制	控制
样本量	6384	6384	6384
伪R <sup>2</sup>	0.039	0.038	0.040
对数似然值	-11071	-11075	-11055
卡方检验	819.8	807.5	847.1

注:(1)括号内为稳健性标准误。(2)\* $p < 0.1$ , \*\* $p < 0.05$ , \*\*\* $p < 0.01$ 。

## 2. 住房面积分层对居民阶层认同的影响

住房面积是另一个能够充分体现住房消费阶层差异的重要且明确的指标。基于此,本研究选取了2015年CGSS调查问卷中的家庭人均住房面积作为居民住房消费的主要代表性变量,进而对不同住房消费层级的居民群体在阶层认同方面的差异进行对比分析。具体而言,本文按家庭人均住房面积的分位数从低到高将居民住房消费群体划分为较低住房消费群体、中等住房消费群体和较高住房消费群体三个层级,其对应的阶层认同均值分别为4.22、4.57和4.60(见表7)。表7显

示,住房消费层级越高的家庭所对应的阶层认同也越高,初步验证了住房消费层级对阶层认同的影响。

表7 住房消费分层基本描述性统计

住房消费层级	家庭人均住房面积均值(平方米)	标准差	家庭人均住房面积区间(平方米/人)	对应的阶层认同均值
较低住房消费群体	17.62	5.51	5.67~25	4.22
中等住房消费群体	33.09	4.63	25.33~42	4.57
较高住房消费群体	73.81	34.88	42.05~200	4.60

注:为克服调查数据中可能存在的奇异值问题,这里对家庭平均住房面积数据进行了上下1%的缩尾处理。

为了进一步比较不同住房消费分层群体的阶层认同差异,本文又分别针对三类住房消费群体进行了回归分析,结果如表8所示。表8中模型8-1、8-2和8-3分别对不同住房消费群体进行了检验,可以看出,在控制个人特征和家庭特征等变量后,较低住房消费群体的阶层自我认同要明显低于中等和较高住房消费群体(回归系数为-0.24),较高住房消费群体的阶层自我认同要明显高于较低和中等住房消费群体(回归系数为0.21)。结合表6,我们不难发现,住房消费分层与居民的阶层主观认同之间存在着高度的一致性,这充分验证了住房消费作为社会分层重要指标的合理性,即在消费分层的视域下,住房产权以及住房属性所衍生出的住房消费差异不仅在客观上形成了社会的阶层分化,也在主观上影响了居民的阶层认同。

表8 不同住房消费分层群体的阶层认同差异

变量	模型8-1	模型8-2	模型8-3
较低住房消费群体 (参照类:中等和较高住房群体)	-0.240*** (0.030)		
中等住房消费群体 (参照类:较低和较高住房群体)		0.033 (0.028)	
较高住房消费群体 (参照类:较低和中等住房群体)			0.210*** (0.030)
住房产权	0.225***(0.049)	0.265***(0.049)	0.239***(0.049)
社区品质	0.044***(0.013)	0.047***(0.013)	0.045***(0.013)

续表 8

变量	模型 8-1	模型 8-2	模型 8-3
房价涨幅	-0.854 *** (0.256)	-0.861 *** (0.257)	-0.932 *** (0.256)
个人特征	控制	控制	控制
家庭特征	控制	控制	控制
样本量	6386	6386	6386
伪 R <sup>2</sup>	0.037	0.035	0.037
对数似然值	-11090	-11121	-11098
卡方检验	799.9	748	788.6

注:(1)括号内为稳健性标准误。(2)\* p < 0.1, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01。

#### (四) 进一步讨论

考虑到居民住房消费可能产生的反馈不仅局限于自身的阶层地位认同,本文还试图通过引入同龄人中的自我认同和未来社会阶层上升期望等相应变量作为因变量,用被调查人在“与同龄人相比,您本人的社会经济地位怎样”(较低 = 1,差不多 = 2,较高 = 3)和“您认为自己 10 年后将处于哪个等级上”(最底层赋值为 1,最顶层赋值为 10)两个问题上的认识作为其在同龄人中的阶层认同和个人未来阶层上升期望的代理变量,采用有序概率模型进行估计,进一步探讨住房所有权、住房条件等住房消费分层对居民在同龄人中的自我认同和自身阶层上升期望的影响。结果如表 9 所示。

表 9 住房条件对阶层上升期望的影响

变量	同龄人中的阶层自我认同			10 年后的阶层自我认同		
	模型 9-1	模型 9-2	模型 9-3	模型 9-4	模型 9-5	模型 9-6
住房产权	0.253 *** (0.054)	0.219 *** (0.055)	0.208 *** (0.056)	0.056 (0.050)	0.108 ** (0.050)	0.092 * (0.050)
住房面积	0.286 *** (0.026)	0.317 *** (0.027)	0.325 *** (0.028)	0.172 *** (0.023)	0.163 *** (0.023)	0.158 *** (0.024)
社区品质	0.123 *** (0.014)	0.076 *** (0.015)	0.070 *** (0.015)	0.074 *** (0.012)	0.033 *** (0.013)	0.026 ** (0.013)
房价涨幅	-0.509 * (0.298)	-0.861 *** (0.300)	-1.007 *** (0.301)	-0.559 ** (0.267)	-0.769 *** (0.263)	-0.868 *** (0.264)
个人特征		控制	控制		控制	控制
家庭特征			控制			控制

续表 9

变量	同龄人中的阶层自我认同			10 年后的阶层自我认同		
	模型 9-1	模型 9-2	模型 9-3	模型 9-4	模型 9-5	模型 9-6
样本量	6425	6412	6412	6077	6065	6065
伪 R <sup>2</sup>	0.026	0.076	0.083	0.005	0.036	0.038
对数似然值	-5105	-4839	-4800	-12227	-11817	-11797
卡方检验	249.8	720.5	765.8	109.4	846.9	889.4

注:(1)括号内为稳健性标准误。(2)\* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01。

表 9 的回归结果显示,拥有住房产权和更好的住房条件都会显著提高居民在同龄人中的阶层自我认同以及未来阶层的上升期望。模型 9-3 结果显示,住房产权和住房条件对当前在同龄人中的自我阶层认同的影响要远高于表 1 基准回归中对于个人阶层自我认同的影响。这一发现表明,住房产权和住房条件对于个人阶层认同的影响在很大程度上是通过与同龄人的比较而得以显现的。同时,该发现也揭示出住房产权和住房条件不仅影响个人当前的自我阶层认同,还会影响到个人对未来阶层流动的预期。

## 五、结论与启示

本文将住房纳入消费分层的研究视域,基于 2015 年 CGSS 调查数据分析了住房的消费品价值——住房所有权与住房条件——对居民阶层地位认同的影响。研究发现,作为城市居民的最重要消费品,住房的消费品属性(住房产权和住房条件)对于阶层认同产生了显著的影响:拥有住房产权能够提升居民的阶层认同,且住房面积越大、社区品质越好的居民表现出的阶层地位认同越高。住房成为识别社会阶层特征的重要因素。相较于以往对于住房所有权与条件差异的研究更多地着眼于住房私有化引起的社会财富差异等经济效应,本研究对于阶层地位认同这一社会效应的探索丰富了该领域的研究范畴。

为了进一步明晰住房所有权、住房条件差异等消费品属性对阶层地位认同的内在影响机制,本文分别从住房的居住、权利、归属、投资等四类消费品属性出发,梳理并验证了其影响社会阶层地位认同的主观幸福感、政治参与度、社区归属感和财富积累的具体机制。在住房条件

对于阶层认同的影响路径中,住房的居住、权利、归属、投资属性都起着部分中介变量的作用,即住房产权的获得、住房条件的差异本身对于阶层认同具有直接作用。同时,住房具有的消费品属性加强了这种作用,与住房息息相关的各种消费品属性使其成为阶层认同的重要影响因素。此外,住房产权与面积所体现出的住房分层与居民的主观阶层认同之间表现出高度一致性,这也佐证了本研究所秉持的论点——住房已然成为消费分层视域下的重要指标。进一步的分析还发现,住房产权和住房条件对于个人阶层认同的影响在很大程度上是通过同龄人之间的比较而得以显现的,并且会影响到个人对未来阶层流动的预期。

遵循西方消费分层研究的理论基础,本研究提出了以消费影响社会分层的实现过程(消费资格获得、消费品价值兑现以及消费结果反馈等三个具体阶段)作为指导全文实证分析的理论框架。本文的实证结果也进一步证明,住房消费对阶层地位认同的影响正是沿着上述三个阶段的展开而得以实现的。首先,在消费资格获得阶段,消费者角色身份的差异将会极大地影响到其最终的阶层地位认同,在本文中具体表现为多套住房产权拥有者、一套住房产权拥有者与无住房产权拥有者之间的阶层地位认同差异;其次,在本文重点探索的消费品价值兑现问题上,本文所构建的住房消费品四类基本属性的影响机制也在实证中得到验证,即消费分层是通过消费品的具体属性的价值兑现而实现的;最后,消费结果反馈于阶层认同的框架预设,也在本研究中得以验证,这种反馈不仅通过同辈之间的比较效应得以强化,且能够对未来的预期产生影响。从某种意义上可以说,本研究为后续的消费分层研究提供了一条可供借鉴的范式路径。

回到住房消费与阶层地位认同的问题本身,虽然住房私有化改革极大地改善了我国居民家庭的住房条件,但是住房消费的社会不平等依旧存在甚至在拉大,并带来了不容忽视的负面效应。在中国的语境下,住房的居住逻辑之一——地位获得观也得到了验证,因此本研究对于理解城市住房问题也有着现实的启示意义。

首先,在我国城市化推进和家庭住房自有率提升的同时,住房的消费品属性依旧是和社区紧密捆绑在一起的。在中国的社会治理单元由单位转向社区的背景下,这无疑对政府的城市住房政策提出了更高的要求。政府不仅需要改善居民的住房条件,缩小城市内部不同社区之间基本公共服务差异,推广实现提升居民的幸福感和参与感和归属感的

“治标之策”；更需要进一步加大民生投入，扩大城市公共服务的供给，保障公共服务均等化等“治本之策”的实现。

其次，由于居住空间与阶层地位认同之间互相印证，个体也就获得了跨越阶层去追逐更大、更好、更多的住房的动力（闵学勤，2012），这也是导致当前房价过快增长的逻辑之一。因此，政府需要进一步稳定房价，强调住房的居住属性，以期正确引导城市居民的购房需求。

最后，既有研究显示，是否拥有产权比拥有什么样的产权更有助于提升居民对于未来阶层上升的期望。本研究进一步发现，拥有多套住房产权的居民未来上升期望更大，这说明从房产中获得增值收益的群体其阶层地位上升期望也在提升。但这也导致了“房奴”“接盘侠”等住房刚需群体对未来阶层地位的消极预期。因此，建立起更加公平的住房获取及获利政策将是政府解决住房带来的阶层分化的重要任务。政府不仅需要提供更多的住房福利政策，使低收入群体更可能拥有住房，或使各阶层群体拥有更高质量的住房，消减不同社会阶层之间的落差；同时，更需要着手建立合理的房地产投资渠道和房产增值的分配体系，缓解住房不平等引起的社会阶层分化问题。

#### 参考文献：

- 边燕杰、刘勇利，2005，《社会分层、住房产权与居住质量——对中国“五普”数据的分析》，《社会学研究》第3期。
- 蔡禾、何艳玲，2004，《集体消费与社会不平等——对当代资本主义都市社会的一种分析视角》，《学术研究》第1期。
- 蔡禾、黄建宏，2013，《谁拥有第二套房？——市场转型与城市住房分化》，《吉林大学社会科学学报》第4期。
- 蔡禾、张应祥，2003，《城市社会学：理论与视野》，广州：中山大学出版社。
- 陈柔婷，2010，《集体消费理论对城市社会学经验的再认识》，《学习月刊》第17期。
- 陈彦斌、邱哲圣，2011，《高房价如何影响居民储蓄率和财产不平等》，《经济研究》第10期。
- 陈周旺、汪仕凯，2013，《工人政治》，上海：复旦大学出版社。
- 戴慧思主编，2006，《中国都市消费革命》，黄菡、朱强等译，北京：社会科学文献出版社。
- 恩格斯，1953，《论住宅问题》，曹葆华、关其侗译，北京：人民出版社。
- 范红忠、侯亚萌，2017，《住房因素对城市居民幸福感的影响》，《城市问题》第4期。
- 冯云廷，2018，《居住隔离、邻里选择与城市社区空间秩序重构》，《浙江社会科学》第9期。
- 甘犁、尹志超、贾男、徐舒、马双，2013，《中国家庭资产状况及住房需求分析》，《金融研究》第4期。
- 格伦斯基、戴维编，2005，《社会分层》，王俊译，北京：华夏出版社。
- 浩春杏，2007，《城市住房梯度消费——以中国南京为个案的社会学研究》，南京：南京大学出

版社。

胡荣、张义祯,2005,《阶层归属与地位认定问题研究》,《东南学术》第6期。

靳永爱、谢宇,2015,《中国城市家庭财富水平的影响因素研究》,《劳动经济研究》第5期。

李怀、程华敏,2010,《消费分层:一个社会分层的重要维度》,《江汉论坛》第1期。

李骏,2009,《住房产权与政治参与:中国城市的基层社区民主》,《社会学研究》第5期。

李培林、张翼,2000,《消费分层:启动经济的一个重要视点》,《中国社会科学》第1期。

李培林、朱迪,2015,《努力形成橄榄型分配格局——基于2006-2013年中国社会状况调查数据的分析》,《中国社会科学》第1期。

李强、王美琴,2009,《住房体制改革与基于财产的社会分层秩序之建立》,《学术界》第4期。

林晓珊、张翼,2014,《制度变迁与消费分层:消费不平等的一个分析视角》,《兰州大学学报(社会科学版)》第1期。

刘精明、李路路,2005,《阶层化:居住空间、生活方式、社会交往与阶层认同——我国城镇社会阶层化问题的实证研究》,《社会学研究》第3期。

刘欣、胡安宁,2016,《中国公众的收入公平感:一种新制度主义社会学的解释》,《社会》第4期。

刘欣、朱妍,2011,《中国城市的社会阶层与基层人大选举》,《社会学研究》第6期。

刘祖云、毛小平,2012,《中国城市住房分层:基于2010年广州市千户问卷调查》,《中国社会科学》第2期。

芦恒,2014,《房地产与阶层定型化社会——读〈房地产阶级社会〉》,《社会》第4期。

毛小平,2010,《社会分层、城市住房消费与贫富分化——基于CGSS2005数据的分析》,《兰州学刊》第1期。

闵学勤,2012,《社会分层下的居住逻辑及其中国实践》,《开放时代》第1期。

皮凯蒂、托马斯,2014,《21世纪资本论》,巴曙松等译,北京:中信出版社。

裴凌罡,2017,《从民生视角看新中国城市住房供给制度变迁》,《中国经济史研究》第5期。

吴缚龙、约翰·罗根、唐磊、刘晓玉,2017,《农村移民的城市归属感:基于北京市社区邻里关系的研究》,《国外社会科学》第1期。

徐晓军,2000,《论我国社区的阶层化趋势》,《社会科学》第2期。

许汉泽、徐明强,2013,《城市居民社区政治参与影响因素的实证分析》,《西南石油大学学报(社会科学版)》第5期。

张传勇,2018,《住房差异是否影响了家庭收入不平等?机制、假说与检验》,《南开经济研究》第1期。

张海东、杨城晨,2017,《住房与城市居民的阶层认同——基于北京、上海、广州的研究》,《社会学研究》第5期。

张磊,2005,《业主维权运动:产生原因及动员机制——对北京市几个小区个案的考查》,《社会学研究》第6期。

张文宏、刘琳,2013,《住房问题与阶层认同研究》,《江海学刊》第4期。

张翔、李伦一、柴程森等,2015,《住房增加幸福:是投资属性还是居住属性?》,《金融研究》第10期。

张杨波、吴喜,2011,《西方“住房阶级”理论演变与经验争辩》,《国外社会科学》第2期。

- 周膺、吴晶,2010,《中国的房地产消费文化》,杭州:浙江工商大学出版社。
- 朱亚鹏,2007,《住房制度改革:政策创新与住房公平》,广州:中山大学出版社。
- Bian, Y. 2002, "Chinese Social Stratification and Social Mobility." *Annual Review of Sociology* 28(1).
- Bian, Y. & J. R. Logan 1996, "Market Transition and the Persistence of Power: The Changing Stratification System in Urban China." *American Sociological Review* 61(5).
- Castells, M. 1975, *Advanced Capitalism, Collective Consumption, and Urban Contradictions: New Sources of Inequality and New Models for Change*. Massachusetts: Lexington Books.
- Chen, J., Y. Wu, F. Guo & H. Wang 2017, "Domestic Property and Housing Class in Contemporary Urban China." *Journal of Housing and the Built Environment* 33(1).
- Christensen, K & D. Levinson (eds.) 2003, *Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage Publications.
- Dunleavy, P. 1985, "Bureaucrats, Budgets and the Growth of the State: Reconstructing an Instrumental Model." *British Journal of Political Science* 15(3).
- Hu, F. 2013, "Homeownership and Subjective Wellbeing in Urban China: Does Owning a House Make You Happier?" *Social Indicators Research* 110(3).
- Logan, J. R., Y. Bian & F. Bian 1999, "Housing Inequality in Urban China in the 1990s." *International Journal of Urban and Regional Research* 23(1).
- Rex, J. & R. Moore 1967, *Race Community and Conflict: A Study of Sparkbrook*. London: Oxford University Press.
- Saunders, P. 1984, "Beyond Housing Classes: The Sociological Significance of Private Property Rights in Means of Consumption." *International Journal of Urban and regional research* 8(2).
- 2003, *Social Theory and the Urban Question*. Abington: Routledge.
- Zhang, F., C. Zhang & J. Hudson 2018, "Housing Conditions and Life Satisfaction in Urban China." *Cities* 81.
- Zhao, W. 2012, "Economic Inequality, Status Perceptions, and Subjective Well-being in China's Transitional Economy." *Research in Social Stratification & Mobility* 30(4).

作者单位:上海交通大学国际与公共事务学院、  
中国城市治理研究院(张传勇)  
华东师范大学中国现代城市研究中心、  
城市发展研究院(罗峰)  
华东师范大学经济与管理学部(黄芝兰)

责任编辑:杨可