

收入差距、社会资本与农户消费

刘 雯

摘要：本文首先借助地位关注理论解释收入差距对农户消费的作用机制，然后使用中国家庭追踪调查数据库（CFPS）2010~2014年调查数据构建平衡短面板做差分回归，通过区分当前和潜在社会资本，研究社会资本在收入差距影响农户消费中的作用。本文研究得到如下结论：①不论是农村内部收入差距还是城乡收入差距，收入差距扩大均会显著挤压农户消费；②当前社会资本可能缓解城乡收入差距而非农村内部收入差距扩大对农户消费的挤压，引入地位性消费后仍然如此；③市场化程度较低地区的农户积累潜在社会资本的必要性较高，农户消费受收入差距的挤压更为明显，地位性消费占比更高，从而改变农户消费结构。因此，缩小收入差距有助于刺激居民消费，降低潜在社会资本存在的必要性有助于降低地位性消费，优化消费结构。

关键词：收入差距 潜在社会资本 农户消费 地位性消费

中图分类号：F014.4 F063.2 **文献标识码：**A

一、引言

中国居民收入差距近年来一直居高不下。2015年全国居民人均可支配收入基尼系数为0.462，虽然自2009年以来连续第7年下降，但仍然超过国际公认的0.4贫富差距警戒线。而2016年全国居民人均可支配收入基尼系数为0.465，比2015年略有升高，这也是自2009年以来首次高于上年^①。收入分配的不平等程度依然较高，不能以近年来收入差距下降的特征来掩盖收入差距依然处于高位的基本事实。

同时，中国居民消费偏好始终较低。《中国统计年鉴》数据显示，虽然目前中国最终消费对经济增长的贡献率已达到60%以上，但2006~2015年这十年间，居民消费占GDP的比重不足40%，与发达国家相比仍然较低，农村居民消费占居民消费比重也在不断下降。居民消费不论是作为拉动经济增长的“三驾马车”之一，还是改善民生的方法之一，均有必要得到更进一步的提高或释放。

居民收入差距较高与消费偏好较低之间有什么关联呢？国内外学者并未就此达成统一意见。早期主流消费理论认为收入分配不会影响居民消费（Blinder, 1975），之后Khan et al.（2000）发现收入差距对居民消费影响的研究仅适用于高收入国家，后来有学者将二者联系起来解释消费问题，提

^①数据来源：http://www.stats.gov.cn/zjtj/zdtjgz/yblh/zysj/201710/t20171010_1540710.html。

出消费不平等由收入差距导致 (Aguiar and Bils, 2015), 但并未提及收入差距如何影响个体消费。Hopkins and Kornienko (2006) 认为收入差距扩大会降低个体地位寻求动机, 使个体用于炫耀和体现地位的相关消费减少; Rajan (2010) 则发现美国金融危机爆发背后存在收入差距推动, 收入差距扩大会使得个体消费增加; Frank et al. (2014) 也认为收入不平等加剧会使家庭增加消费。此时高收入家庭会由于收入差距拉大而增加消费支出, 中低收入家庭受到高收入家庭的影响, 消费支出随之增加, 从而推高整个社会的消费支出, 称为“支出瀑布”。国内学者多数认为二者之间存在负向关系 (例如李军, 2003; 臧旭恒、张继海, 2005; 金烨等, 2011; 杭斌、修磊, 2016), 且主要以城镇家庭为研究对象。邹红、喻开志 (2011) 关注城乡收入差距对居民消费的影响, 认为城乡收入差距扩大会使居民消费率降低; 韩立岩、杜春越 (2012) 则借助宏观数据发现农村地区收入不平等对居民消费的抑制作用高于城市。因此, 收入差距与农户消费之间的关系有待深入研究。

进一步地, 笔者注意到社会资本在收入差距影响居民消费中的作用可能并不明确。一方面, 较多社会资本使个体更易获得某些资源, 特别是对于低收入人群, 可以缓解偏远地区存在的信贷约束 (Anggraeni, 2009; Danzer, 2013), 此时更多的社会资本意味着更为安全的保险方式 (胡金焱、张博, 2014), 有助于缓解收入差距对居民消费的挤压作用。另一方面, 当家庭关注自身相对位置时, 收入差距扩大使其感知到相对地位发生变化, 社会交往较多者与他人比较的可能性较高。此时, 财富和消费均可用于体现社会地位 (Sivanathan and Pettit, 2010), 从而加剧收入差距对居民消费的挤压作用。即当前社会资本较多可能意味着信贷约束较弱, 居民当前消费倾向较高; 也有可能意味着可攀比人数较多, 居民地位关注动机较强, 如果该居民选择追求更多财富或未来消费, 则当前消费倾向较低。此时若区分当前社会资本和潜在社会资本, 居民未来社会资本存在的意义越大, 地位关注动机越强, 从而影响其消费水平和消费结构。

因此, 本文构建理论模型, 借助中国家庭追踪调查数据库 (CFPS) 2010~2014 年农村家庭调查数据建立平衡短面板做回归分析, 探讨不同类别收入差距对农户消费的影响, 包括农村内部收入差距和城乡收入差距; 区分当前社会资本和潜在社会资本, 试图更为清晰地说明社会资本在其中所起的作用。

本文可能的贡献在于: ①同时探讨农村内部收入差距和城乡收入差距对农户消费的影响; ②首次区分当前社会资本和潜在社会资本, 更为明确地解释社会资本在收入差距影响农户消费中的作用; ③区分地位性消费和非地位性消费, 直接使用消费占比探讨不同情形下农户消费受到收入差距的影响, 更清晰地说明收入差距影响各类消费支出的机制。

二、理论框架

在经典的效用理论中, 当期消费能为家庭带来心理满足, 无论是否可以显示地位, 收入和财富水平往往通过未来期消费使家庭获得效用, 本身并不能直接增加家庭效用水平。而地位关注理论则认为, 家庭可用于表征经济社会地位的方式主要有三种——收入、财富和消费。当收入、财富或消费用于表征家庭地位时, 绝对水平和与他人相比的相对水平都会直接影响效用水平。因此, 本文在

理论部分主要借助地位关注理论来研究收入差距对农户消费的影响。

该理论的基准模型为差额形式的地位攀比模型： $u_t = u(x_t, y_t - \theta \bar{y}_t)$ ，其中， $u(\cdot)$ 是效用函数， t 代表时间， x_t 为非地位性因素， y_t 为地位性因素（收入、财富和消费）， \bar{y}_t 为相应的参照组平均水平。此外， $0 < \theta < 1$ ， θ 反映参照组平均水平对个体效用的影响，常被定义为边际位置（Johansson-Stenman and Martinsson, 2006），也被称为家庭社会交往程度（Jellal and Rajhi, 2003），用于说明个体的地位关注程度。

当探讨收入差距时，本文借鉴Long and Shimomura（2004）的想法，假设经济体中包含两类人群，分别占比 k 和 $1-k$ ，收入水平高低不同，分别为 y^h 和 y^l 。这两类人群均选择合适的消费水平，使总效用水平达到最大。此时，平均收入水平为 $\bar{y} = ky^h + (1-k)y^l$ ，若假设 $y^h > y^l$ ，那么， y^h/y^l 取值变大可以代表收入差距扩大（汪伟、郭新强，2011）。

为了得到适用于计量分析的结果，本文以两期的二次效用函数形式为例来说明。

假设 $u(x) = x - \frac{m}{2}x^2$ ， $v(x) = x - \frac{n}{2}x^2$ ，其中，参数 $m > 0$ ， $n > 0$ ，表明边际效用递减。此时最大化问题为：

$$u(c_1) + \beta u(c_2) + \sigma v(w_2 - \theta \bar{w}_2) \quad (1)$$

家庭可能面临的预算约束为：

$$s.t. c_1 + w_2 = y_1 \quad (2)$$

$$c_2 = Rs \quad (3)$$

$$w_2 = s \quad (4)$$

(1) ~ (4) 式中， β 为折现因子， c_1 、 c_2 为消费支出， y_1 为收入水平， R 为名义利率， s 为储蓄水平， w_2 为第2期财富水平， \bar{w}_2 为第2期参照组财富水平。假设初始财富为0，且2期结束后无遗产。

σ 代表家庭对于地位效用相对于消费效用重要性的判断，用于体现异质性。一般而言， $\sigma > 0$ 。 $\sigma > 1$ 说明相比于消费带来的效用，家庭更为看重财富引致的地位效用；反之则说明家庭更为在意消费； $\sigma = 1$ 说明二者增加一个单位对于家庭效用水平的影响相等。

θ 即为边际位置。当 $\theta = 0$ 时，家庭地位只与财富水平有关；当 $\theta = 1$ 时，家庭地位只与相对财富有关；当 $0 < \theta < 1$ 时，家庭地位既与财富水平有关，也与相对财富有关， θ 取值越大意味着家庭越重视财富的相对位置。

将效用函数带入最大化问题，有：

$$c_1 - \frac{m}{2}c_1^2 + \beta[c_2 - \frac{m}{2}c_2^2] + \sigma[(w_2 - \theta \bar{w}_2) - \frac{n}{2}(w_2 - \theta \bar{w}_2)^2] \quad (5)$$

将(2) ~ (4)式代入(5)式中，消去 c_1 和 c_2 ，得到关于 w_2 的表达式：

$$u = y_1 - w_2 - \frac{m}{2}(y_1 - w_2)^2 + \beta(Rw_2 - \frac{m}{2}R^2w_2^2) + \sigma[w_2 - \theta\bar{w}_2 - \frac{n}{2}(w_2 - \theta\bar{w}_2)^2] \quad (6)$$

由 $\frac{\partial u}{\partial w_2} = 0$ 可得:

$$w_2 = \frac{\sigma - 1 + \beta R + my_1 + \sigma n \theta \bar{w}_2}{m + \beta m R^2 + \sigma n} \quad (7)$$

从而有:

$$c_2 = Rw_2 = \frac{R(\sigma - 1 + \beta R + my_1 + \sigma n \theta \bar{w}_2)}{m + \beta m R^2 + \sigma n} \quad (8)$$

$$c_1 = y_1 - w_2 = \frac{1 - \sigma - \beta R - \sigma n \theta \bar{w}_2 + (\beta m R^2 + \sigma n)y_1}{m + \beta m R^2 + \sigma n} \quad (9)$$

令 $\beta_1 = m + \beta m R^2 + \sigma n$, $\beta_2 = 1 - \sigma - \beta R$, $\beta_3 = \beta m R^2 + \sigma n$, 假设高收入家庭和低收入家庭有相同的时间偏好和习惯强度, 则其消费均具有如 (8) ~ (9) 式的表达式。此时, 对于高收入家庭而言, 当期消费 c_1^h 可以表达为:

$$c_1^h = \frac{\beta_2 - \sigma n \theta \bar{w}_2 + \beta_3 y^h}{\beta_1} \quad (10)$$

对于低收入家庭而言, 当期消费 c_1^l 可以表达为:

$$c_1^l = \frac{\beta_2 - \sigma n \theta \bar{w}_2 + \beta_3 y^l}{\beta_1} \quad (11)$$

其中, $\bar{w}_2 = \bar{s} = \bar{y} - \bar{c}_1 = ky^h + (1-k)y^l - kc_1^h - (1-k)c_1^l$ 。

令 $y^h = \varphi y^l$, (10) 式右边消去 \bar{w}_2 、 c_1^l 和 y^l 后, 两边对 φ 求偏导, 可得到:

$$\frac{\partial c_1^h}{\partial \varphi} = \frac{m\sigma n \theta (1-k)y^h}{\beta_1 \varphi^2 (\beta_1 - \sigma n \theta)} \quad (12)$$

可以看到, 当财富位置存在 (即 $0 < \theta < 1$ 且 $\sigma > 0$) 时, 有 $\beta_1 > \sigma n \theta$, 也就是说 $\frac{\partial c_1^h}{\partial \varphi} > 0$ 。

同样, (11) 式右边消去 \bar{w}_2 、 c_1^h 和 y^h 后, 两边对 φ 求偏导, 可得到:

$$\frac{\partial c_1^l}{\partial \varphi} = -\frac{m\sigma n\theta ky^l}{\beta_1(\beta_1 - \sigma n\theta)} \quad (13)$$

可以看到，当财富位置存在（即 $0 < \theta < 1$ 且 $\sigma > 0$ ）时，有 $\beta_1 > \sigma n\theta$ ，也就是说 $\frac{\partial c_1^l}{\partial \varphi} < 0$ 。

命题 1：财富位置存在（即 $0 < \theta < 1$ 且 $\sigma > 0$ ）时，收入差距对于高收入人群消费支出的影响为正，对于低收入人群消费支出的影响为负，对于平均家庭消费支出的影响为负。

这是由于前文中假设两类收入人群均具有相同的消费习惯和时间偏好，则有：

$$\frac{\partial \bar{c}}{\partial \varphi} = \frac{m\sigma n\theta k\varphi(1-k)(1-\varphi)\bar{y}}{\beta_1\varphi^2(\beta_1 - \sigma n\theta)(k\varphi + 1 - k)} \quad (14)$$

由于 $\varphi > 1$ ，则有： $\frac{\partial \bar{c}}{\partial \varphi} < 0$ 。

三、实证分析

本文试图区分当前社会资本和潜在社会资本，研究收入差距对农户消费的影响与社会资本在其中所起的作用。本文所使用的数据来自北京大学中国社会科学调查中心2010年、2012年和2014年实施的“中国家庭追踪调查”项目（China Family Panel Studies, CFPS）。该数据库涵盖了中国内地除西藏、青海、宁夏、新疆、内蒙古、海南以外的25个省、自治区、直辖市的13000余户家庭，具有丰富的收支数据。考虑到使用即期数据做回归分析时，回归系数的大小会被解释为收入差距较大地区的农户消费水平是否较高，而本文试图探讨的是同一地区收入差距的变化是否会引起农户消费的变化，因此本文被解释变量和核心解释变量均采用一阶差分形式。此时，本文主要使用CFPS数据库中2010~2014年调查数据构建平衡短面板做差分回归，并使用双向固定效应模型从年份和家庭两个维度控制家庭异质性。为检验上文提到的命题，根据以往实证研究的经验，本文设定了如下计量模型：

$$c_{it} = \beta_0 + \beta_1 gini_t + \beta_2 gini_t * z_{it} + \beta_3 y_{it} + \beta_4 w_{it} + \beta_5 X_{it} + u_{it} \quad (15)$$

(15) 式中， i 代表家庭， t 代表年份， c_{it} 为家庭消费（一阶差分）， $gini_t$ 为衡量收入差距的变量（一阶差分）， z_{it} 为社会资本，用于衡量家庭的边际位置（社会交往程度）， y_{it} 为家庭人均收入（一阶差分）， w_{it} 为家庭人均资产（一阶差分）， X_{it} 为其他控制变量， u_{it} 为随机扰动项。 $\beta_2 = 0$ 意味着各家庭社会资本相等，用于研究收入差距对农户消费的影响； $\beta_2 \neq 0$ 意味着各家庭的社会资本存在差异，用于研究社会资本在收入差距影响农户消费中的作用。

（一）变量说明

本文的被解释变量主要为各种形式的消费支出，其中，“消费 1”为一般性消费支出，而“消费 2”在“消费 1”的基础上扣除了带有一定投资性质的教育支出和耐用品支出。除此之外，在后文检验社会资本对不同类别消费支出的影响时，本文还引入了地位性消费占比作为被解释变量。

本文主要借助收入基尼系数衡量家庭所在各县（区）或省（自治区、直辖市）的收入差距。考虑到家庭规模间的差距太大，如果直接根据家庭收入计算基尼系数，可能存在虽然收入高但人口也

多的情况，因此本文使用家庭人均收入计算基尼系数。如果基尼系数基于家庭所在县（区）农村样本计算得到，称为“基尼系数 1”；如果基于家庭所在省（自治区、直辖市）农村样本计算得到，称为“基尼系数 2”；如果基于所在省（自治区、直辖市）农村家庭消费计算得到，称为“基尼系数 3”。而“P80/P20 分位数”则是将家庭人均收入在本省（自治区、直辖市）内按从高到低进行排序后，排在前 20%的家庭所拥有的家庭总收入与排在后 80%的家庭所拥有的家庭总收入的比值。该比值越大，说明收入更多地集中在少数人手中，即收入差距越大。

同时，本文也引入了衡量城乡收入差距的变量。例如，“城乡收入差距 1”为省级层面城镇家庭人均可支配收入与农户人均纯收入之比；“城乡收入差距 2”为县级层面城镇家庭人均消费与农户人均消费之比；“城乡收入差距 3”指标构建与“城乡收入差距 1”相同，但“城乡收入差距 3”所用数据来源于《中国统计年鉴》。

家庭消费也会受到家庭收入水平和财富水平的影响，本文引入当期家庭人均收入（一阶差分）、滞后期家庭人均收入、当期家庭人均资产（一阶差分）、滞后期家庭人均资产、滞后期各省（市）家庭人均收入平均数作为家庭消费（一阶差分）的重要控制变量。

此外，本文在实证分析中还涉及到的变量包括：主观地位评价，来源于 CFPS 成人调查问卷中所涉问题，即家庭户主对于自家在本地社会地位的判断，取值 1~5，1 为最低，5 为最高；相对化的主观地位评价，来源于 CFPS 成人调查问卷中所涉问题（吴琼，2014），同样取值 1~5；是否有组织成员（周广肃等，2014）^①，是=1，否=0；市场化程度（孙铮等，2005；王小鲁等，2017），取值 1~10，1 代表最低，10 代表最高；家庭老年人口比，即家庭 60 岁以上成员数与家庭规模的比值；家庭少年人口比，即家庭 15 岁以下成员数与家庭规模的比值；家中是否有人生病，有=1，无=0；是否有成员外出打工，有=1，无=0；户主受教育程度，取值 1~6，分别代表从“文盲”到“大学本科”；户主性别，取值为 1 代表户主为男性，取值为 0 代表户主为女性；户主婚姻状况，取值为 1 代表已婚或同居，取值为 0 代表未婚、离婚或丧偶；以及家庭规模、户主年龄等。表 1 即为主要变量的描述性统计结果。

变量名	观测值个数	均值	标准误	最小值	最大值
人均消费支出 1（一阶差分）	9182	0.2035	0.9081	-4.4918	6.3184
人均消费支出 2（一阶差分）	9110	0.2096	0.9029	-4.4918	5.0566
基尼系数 1（一阶差分）	11123	-0.0322	0.0939	-0.3174	0.1837
基尼系数 2（一阶差分）	11348	0.0229	0.1037	-0.2638	0.4391
基尼系数 3（一阶差分）	11348	0.0386	0.0995	-0.2942	0.2504
P80/P20 分位数（一阶差分）	11123	-0.0579	0.1813	-0.6136	0.6241
城乡收入差距 1（一阶差分）	11348	-0.3734	0.5231	-1.7939	1.3604

^①这些组织包括中国共产党、民主党派、县（区）及县（区）以上人大（政协）、工会、共青团、妇联、工商联、非正式联谊组织、私营企业主协会和个体劳动者协会。

收入差距、社会资本与农户消费

城乡收入差距 2 (一阶差分)	9323	0.0610	0.7503	-3.8329	8.2681
城乡收入差距 3 (一阶差分)	11498	-0.0895	0.0830	-1.3543	0.1525
家庭人均收入 (一阶差分)	8568	0.7904	1.7313	-9.3215	10.8421
家庭人均资产 (一阶差分)	10032	0.2202	1.0930	-11.8813	10.5623
家庭规模	17105	4.1838	1.8686	1	26
户主性别	16166	0.5818	0.4933	0	1
户主婚姻状况	15962	0.8986	0.3018	0	1
户主受教育程度	16165	2.0888	1.0410	1	6
户主年龄	16158	50.3398	12.7683	16	109
各省(市)家庭人均收入平均数	17247	8.4856	0.7868	7.0462	10.1378
主观地位评价	15981	2.9858	1.0062	1	5
相对化的主观地位评价	10767	3.1359	1.4013	1	5
是否有组织成员	16158	0.3122	0.4634	0	1
人情支出(对数)	10625	6.0437	2.8774	0	11.5129
市场化程度(对数)	17247	1.7066	0.2700	1.2179	2.2976
地位性消费占比	15342	0.1873	0.1331	0	1
家庭老年人口比	10917	0.2407	0.3241	0	1
家庭少年人口比	10952	0.1672	0.1858	0	1
家中是否有人生病	16166	0.6743	0.4687	0	1
是否有成员外出打工	15483	0.3761	0.4844	0	1

(二) 实证结果

1.收入差距与农户消费。表 2 第 (1) 列被解释变量为消费 2 (一阶差分), 核心解释变量为基尼系数 1 (一阶差分)。回归结果显示: 农户所处环境中收入差距扩大, 会显著挤压该农户的消费支出。为了使结果更为稳健, 本文在表 2 第 (2) 列中将被解释变量更换为消费 1 (一阶差分), 在第 (3)、(4) 列中将核心解释变量更换为“基尼系数 2”和“P80/P20 分位数”的一阶差分, 发现结论仍然成立。

考虑到当期收入可能具有不稳定性(周广肃等, 2014), 对于收入的调查可能不够准确, 存在灰色收入等情况(白重恩等, 2012), 使用一阶差分虽然能够在一定程度上缓解这些因素, 但本文仍借助农户消费数据构建了基于农户人均消费支出的基尼系数, 以其一阶差分作为核心解释变量做回归分析。第 (5) 列回归结果显示, 以消费基尼系数作为核心解释变量时, 农户消费受到收入差距的挤压作用仍然显著, 检验了以收入基尼系数度量收入差距的稳健性。

农户不仅面临内部收入差距, 还面临与城镇家庭的比较。为了进一步探讨农户受到城乡收入差距的影响, 本文引入了衡量城乡收入差距的变量。从表 2 第 (6) ~ (8) 列可以看到, 不论使用哪种方式衡量城乡收入差距, 城乡收入差距扩大均会显著挤压农户消费。

表 2 收入差距影响农户消费的回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

收入差距、社会资本与农户消费

基尼系数 1	-0.80*** (0.28)	-0.67*** (0.25)	—	—	—	—	—	—
基尼系数 2	—	—	-0.71* (0.39)	—	—	—	—	—
P80/P20 分位数	—	—	—	-0.45** (0.21)	—	—	—	—
基尼系数 3	—	—	—	—	-0.69** (0.29)	—	—	—
城乡收入差距 1	—	—	—	—	—	-0.18** (0.09)	—	—
城乡收入差距 2	—	—	—	—	—	—	-0.14*** (0.04)	—
城乡收入差距 3	—	—	—	—	—	—	—	-1.37*** (0.20)
滞后期各省(市) 家庭人均收入平 均数	0.21 (0.20)	0.21 (0.18)	0.23 (0.23)	0.26 (0.22)	-0.01 (0.25)	0.23 (0.20)	0.17 (0.20)	0.14 (0.17)
滞后期家庭人均 收入	0.07** (0.03)	0.07** (0.03)	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)	0.06** (0.03)	0.07*** (0.02)
家庭人均收入 (一阶差分)	0.04 (0.04)	0.05 (0.05)	0.04 (0.03)	0.04 (0.03)	0.04 (0.03)	0.04 (0.03)	0.04 (0.04)	0.04 (0.03)
滞后期家庭人均 资产	-0.05 (0.06)	-0.01 (0.05)	-0.03 (0.06)	-0.05 (0.06)	-0.04 (0.05)	-0.04 (0.05)	-0.05 (0.06)	-0.03 (0.05)
家庭人均资产 (一阶差分)	0.06 (0.04)	0.07* (0.04)	0.06 (0.05)	0.06 (0.05)	0.06 (0.05)	0.06 (0.05)	0.03 (0.05)	0.07 (0.05)
家庭规模 (一阶差分)	-0.12*** (0.02)	-0.11*** (0.02)	-0.13*** (0.02)	-0.12*** (0.02)	-0.12*** (0.02)	-0.13*** (0.02)	-0.10*** (0.02)	-0.12*** (0.01)
户主性别	0.07 (0.07)	0.06 (0.07)	0.06 (0.08)	0.07 (0.09)	0.05 (0.09)	0.06 (0.08)	0.02 (0.09)	0.06 (0.08)
户主婚姻状况	0.07 (0.23)	-0.04 (0.20)	0.06 (0.35)	0.06 (0.35)	0.02 (0.35)	0.07 (0.36)	0.31 (0.35)	0.02 (0.35)
户主受教育程度	-0.04 (0.06)	0.01 (0.06)	-0.03 (0.05)	-0.04 (0.05)	-0.03 (0.05)	-0.03 (0.05)	0.01 (0.06)	-0.03 (0.05)
户主年龄	-0.01* (0.01)	-0.01* (0.01)	-0.01** (0.01)	-0.01** (0.01)	-0.01** (0.01)	-0.01** (0.01)	-0.00 (0.01)	-0.01** (0.01)
年份控制变量	-0.66** (0.30)	-0.68*** (0.26)	-0.72** (0.34)	-0.75** (0.34)	-0.30 (0.34)	-0.57* (0.29)	-0.48 (0.30)	-0.59** (0.27)
样本数	6658	6658	6808	6658	6808	6808	5468	6808
R ²	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.08	0.10

注：①***、**、*表示估计结果在 0.01、0.05、0.1 的水平上显著，下同；②表 2 中核心解释变量“基尼系数 1”“基尼系数 2”“基尼系数 3”“P80/P20 分位数”“城乡收入差距 1”“城乡收入差距 2”“城乡收入差距 3”均为一阶差分形式，下同；③本文使用不同年份不同省份分城乡消费价格指数对表 2 中的家庭消费、家庭人均收入和家庭人均资产变量进行平减，下同；④第（2）列被解释变量为农户消费支出一阶差分，其他列被解释变量为扣除教育和耐用品支出后的农户消费一阶差分；⑤第（1）、（2）列括号内数字是聚类在县级层面的标准误，第（3）～（8）列括号内数字是聚类在省级层面的标准误。

2.收入差距、当前社会资本与农户消费。本文这部分主要从两个角度度量农户当前社会资本：认知类和结构性（Berry and Welsh, 2010；周广肃等，2014）。①认知类社会资本。学者主要使用礼金往来作为社会资本的代理变量。考虑到礼金收入中零值和缺失值较多，本文使用礼金支出作为代理变量。人情支出越多意味着社会网络越大（马光荣、杨恩艳，2011），社会资本越多。②结构类社会资本。本文主要使用家庭中是否有某社会组织成员来度量社会资本（周广肃等，2014）。当家庭中有某社会组织成员时，家庭结构类社会资本较多，否则较少。

考虑到认知类社会资本与农户消费之间可能存在反向因果关系，本文并未将认知类社会资本直接引入回归，而是作为分类指标区分社会资本的多少，探讨不同人群消费受到收入差距的影响和认知类社会资本在其中所起的作用。由于家庭收入多时人情支出也可能较多，单纯用家庭人情支出与该家庭所在省（市）人情支出中位数水平的比值来度量社会网络的大小并不合适。本文引入两个比值变量：（1）家庭人情支出与家庭收入的比值；（2）家庭所在省（市）人情支出中位数水平与收入中位数水平的比值。如果前者大于后者，则社会资本较多，否则较少。

而对于结构类社会资本，本文通过引入 4 个交叉项来检验社会资本在收入差距影响农户消费中的作用，可能有助于缓解自己设定标准进行分类产生的误差。表 3 第（1）、（2）列给出社会资本对内部收入差距挤压农户消费作用的回归结果；第（3）、（4）列给出社会资本对城乡收入差距挤压农户消费作用的回归结果。

结果显示：当使用城乡收入差距作为核心解释变量时，社会资本积累有助于缓解城乡收入差距对农户消费的挤压作用。即城乡收入差距扩大时，农户自身消费支出减少的程度在社会资本较多时低于社会资本较少时。而当考虑农村内部收入差距时，使用认知类社会资本和结构类社会资本衡量农户社会资本的多少，所得到的结果并不一致。使用认知类社会资本时，交叉项系数为正，社会资本较多的农户，消费支出受到收入差距挤压的程度更低；而使用结构类社会资本时，社会资本较多的农户，消费支出受到收入差距挤压的程度更高。

社会资本在收入差距影响农户消费中的作用并不明确，由此引出两个问题：①是否社会资本有助于缓解收入差距对某类消费的挤压作用而非全部消费？②是否以当前社会资本作为中介变量存在问题？因为农户当前社会资本多可能意味着该农户攀比心理强，但也可能意味着该农户在未来需要积累较少的社会资本。收入差距对农户消费的挤压作用可能与该农户是否有必要积累更多的潜在社会资本有关，从而引出本文对当前社会资本和潜在社会资本的区分。

表 3 社会资本对收入差距挤压农户消费作用的回归结果

收入差距、社会资本与农户消费

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
基尼系数 1	-0.90*** (0.31)	—	—	—	-0.92** (0.44)	-0.75*** (0.27)	—	—
基尼系数 1 (一阶差分) × 是否有组织成员 (滞后期)	0.33 (0.43)	—	—	—	—	—	—	—
基尼系数 3	—	-0.99*** (0.31)	—	—	—	—	—	—
基尼系数 3 (一阶差分) × 是否有组织成员 (滞后期)	—	0.78** (0.34)	—	—	—	—	—	—
城乡收入差距 1	—	—	-0.19* (0.09)	—	—	—	-0.07 (0.11)	-0.27** (0.10)
城乡收入差距 1 (一阶差分) × 是否有组织成员 (滞后期)	—	—	0.03 (0.05)	—	—	—	—	—
城乡收入差距 3	—	—	—	-1.64*** (0.21)	—	—	—	—
城乡收入差距 3 (一阶差分) × 是否有组织成员 (滞后期)	—	—	—	0.75* (0.37)	—	—	—	—
样本数	6658	6808	6808	6808	2770	3753	2826	3842
R ²	0.10	0.10	0.10	0.11	0.11	0.11	0.10	0.11

注：①表 3 第 (1) ~ (8) 列被解释变量为扣除教育和耐用品支出的消费支出 (一阶差分)，第 (5)、(7) 列基于人情支出较多家庭样本，第 (6)、(8) 列基于人情支出较少家庭样本；②控制变量与表 2 相同；③第 (1)、(5)、(6) 列括号内数字是聚类在县级层面的标准误，其他列括号内数字是聚类在省级层面的标准误。

四、社会资本作用分析

(一) 区分消费

家庭常可以通过两种方式体现自身所处地位：①积累更多财富，特别是那些能用于表征地位的财富，如房产；②增加消费，特别是那些能用于表征地位的消费类别，如衣着消费等。不同家庭对这两种方式的偏好不同，选择会有所不同，在收入水平一定的前提下所产生的结果也不同。具体而言：①若家庭选择积累更多财富，则会缩减当前消费。②若家庭选择增加消费，则会偏好增加当期能够用于提高或体现相对地位的消费类别。③若家庭选择同时提高储蓄水平和增加地位性消费，则家庭总消费受到挤压，但能用于表征地位的消费占比增加。收入差距对家庭消费的影响由于消费类别不同而具有不确定性，社会资本在其中所起的作用也可能不同。

需要提到的是，由于数据限制，本文没办法将消费进行细致分类，而且每类消费并没有绝对的

地位性与非地位性区分，只具有相对地位性与相对非地位性之分。各类消费中均包含地位性消费，例如食品消费虽常被视非地位性消费，但在高档饭店就餐可被视为地位性消费；衣着消费虽常被视地位性消费，易被他人观测到，但其中包含的袜子、里层衣服是不可视的，其消费并不能被视为地位性消费。幸而本文并非致力于研究某类消费里有多少比例是地位性的，而是探讨家庭消费尤其是某些类别消费背后是否存在地位因素的推动以及它如何影响收入差距对农户消费的挤压作用。

1.消费地位性识别检验。表4各列被解释变量为主观地位评价，核心解释变量为家庭各类消费与该家庭所在省（市）或者县（区）该类消费中位数水平的比值或差值，其他解释变量包括家庭人均收入、家庭消费、家庭人均资产等其他价值型变量（对数）以及家庭规模、户主受教育程度、户主性别、户主婚姻状况、户主年龄、年份控制变量等。

综合表4中第（1）~（4）列回归结果发现，农户衣着消费和交通通讯消费对应的各列系数估计值均显著。因此，本文将农户的衣着消费和交通通讯消费归类为地位性消费，将其他消费合并为非地位性消费。为了更为稳健，表4也给出了对区分后结果是否合理的验证。表4第（5）~（8）列回归结果显示，不管使用哪种方式度量单个家庭地位性消费在本地地位性消费平均水平中的位置，家庭地位性消费的相对位置越高，家庭主观地位评价就越高；而家庭非地位性消费相对位置的高低则并不显著影响其主观地位评价。

表4 各类消费地位性识别检验

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
食品消费	0.012 (0.031)	0.003 (0.014)	0.026 (0.032)	0.036 (0.034)	—	—	—	—
衣着消费	0.130*** (0.026)	0.028** (0.013)	0.123*** (0.026)	0.046* (0.026)	—	—	—	—
日用品设备消费	0.044 (0.023)	0.001 (0.014)	0.036 (0.023)	0.065*** (0.022)	—	—	—	—
住房消费	0.053* (0.022)	0.002 (0.014)	0.028 (0.023)	0.045** (0.020)	—	—	—	—
交通通讯消费	0.119*** (0.023)	0.045*** (0.015)	0.148*** (0.023)	0.072*** (0.023)	—	—	—	—
文化娱乐消费	0.102*** (0.037)	0.042*** (0.009)	0.078** (0.037)	0.038 (0.038)	—	—	—	—
医疗保健消费	-0.004 (0.016)	-0.027** (0.012)	-0.005 (0.017)	-0.053*** (0.015)	—	—	—	—
地位性消费	—	—	—	—	0.191*** (0.026)	0.065*** (0.018)	0.199*** (0.025)	0.129*** (0.027)
非地位性消费	—	—	—	—	-0.020 (0.067)	-0.005 (0.026)	-0.057 (0.066)	-0.111 (0.073)

注：①表4各列给出有序Logit估计的回归结果，为方便比较，表中只显示了核心解释变量的系数估计值，并未

汇报控制变量系数估计值和模型拟合优度；②第（1）、（3）、（5）、（7）列核心解释变量分别为家庭消费与所在省（市）或者所在县（区）消费中位数水平的比值（对数），第（2）、（6）列核心解释变量为家庭消费与所在省（市）消费中位数水平的差值（对数），均基于2010~2014年数据做回归分析；③第（4）、（8）列被解释变量为相对化的主观地位评价，基于2012年和2014年数据做回归分析，核心解释变量同第（1）列；④第（3）、（7）列括号内数字是聚类在县级层面的标准误，其他列括号内数字是聚类在省级层面的标准误。

2.当前社会资本在收入差距影响农户消费中的作用。本文这部分探讨区分消费类别后当前社会资本在收入差距影响农户消费中的作用。由于地位性消费占比增加意味着非地位性消费占比同等下降，因此，表5各列均以地位性消费占比作为被解释变量。

由表5可知，收入差距扩大会使农户地位性消费占比显著增加，更换核心解释变量后结果依然稳健。然而，不论考虑结构类社会资本还是认知类社会资本，社会资本在收入差距影响农户消费中的作用在农村内部收入差距和城乡收入差距方面，均体现出了不一致性和非稳健性。

这意味着，将消费区分为地位性消费和非地位性消费，仍然不能很好地解释社会资本在收入差距影响消费中的作用。但表5至少可以说明，当区分地位性消费和非地位性消费后，收入差距扩大会使得农户显著提高自身地位性消费占比，从而借助地位性消费缓解由收入差距扩大导致的相对地位下降幅度。

表5 区分消费类别后的回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
基尼系数1	0.13*	—	—	—	0.17*	0.08	—	—
	(0.07)	—	—	—	(0.09)	(0.06)	—	—
基尼系数1(一阶差分)×是否有组织成员(滞后期)	-0.02	—	—	—	—	—	—	—
	(0.08)	—	—	—	—	—	—	—
基尼系数3	—	0.12*	—	—	—	—	—	—
	—	(0.06)	—	—	—	—	—	—
基尼系数3(一阶差分)×是否有组织成员(滞后期)	—	-0.13**	—	—	—	—	—	—
	—	(0.06)	—	—	—	—	—	—
城乡收入差距1	—	—	0.03*	—	—	—	0.03	0.04*
	—	—	(0.02)	—	—	—	(0.02)	(0.02)
城乡收入差距1(一阶差分)×是否有组织成员(滞后期)	—	—	0.00	—	—	—	—	—
	—	—	(0.01)	—	—	—	—	—
城乡收入差距3	—	—	—	0.27***	—	—	—	—
	—	—	—	(0.04)	—	—	—	—
城乡收入差距3(一阶差分)×是否有组织成员(滞后期)	—	—	—	-0.04	—	—	—	—
	—	—	—	(0.04)	—	—	—	—

收入差距、社会资本与农户消费

样本数	6520	6668	6668	6668	2733	3655	2788	3743
R ²	0.10	0.09	0.10	0.10	0.10	0.11	0.10	0.11

注：①表 5 第 (5)、(7) 列基于人情支出较多家庭样本，第 (6)、(8) 列基于人情支出较少家庭样本；②考虑到地位性消费占比与家庭所在省（市）地位性消费平均水平有关，表 5 引入家庭所在省（市）地位性消费中位数（一阶差分）作为控制变量，其他控制变量与表 2 相同；③第 (1)、(5)、(6) 列括号内数字是聚类在县级层面的标准误，其他列括号内数字是聚类在省级层面的标准误。

(二) 收入差距、潜在社会资本和农户消费

如果构建社会网络有助于未来获得经济收益，那么，家庭对于社会资本的偏好也会使得该家庭更为在意自身在当地所处的相对位置，因为高地位往往意味着更多人脉资源的倾斜，有助于该家庭构建社会网络，积攒更多社会资本。因此，本文认为，有必要将社会资本区分为当前社会资本和潜在社会资本。前者可定义为家庭目前已经获得的社会资本；后者可定义为家庭未来需要获得的社会资本。给定目前已有家庭条件，预期未来需要获得更多社会资本会使得家庭有更为强烈的地位关注动机。

具体而言，考虑到不同地区的家庭所需要积累的潜在社会资本不同，本文试图从市场化程度的角度探讨家庭对于未来社会资本积累必要性的判断。当然，影响家庭潜在社会资本偏好的因素有很多，本文只是选择了其中较有代表性的变量予以说明。这里的市场化程度指市场在资源配置中所起的作用，简单来说即是否需要借助“关系”或者通过货币来解决所面临的诸如子女入学、就业等问题。市场化程度越低，市场在人们为人处世中的作用就越不明显，此时“关系”愈发重要，家庭对于潜在社会资本的重视度越高，也越为关注自身相对地位。

表 6 第 (1) ~ (4) 列以消费 2（一阶差分）为被解释变量。可以看到，当市场化程度较低时，农户积累潜在社会资本的必要性较高，农户的地位关注动机就会较强，收入差距对于农户消费的挤压作用会较明显；而当市场化程度较高时，农户积累潜在社会资本的必要性较低，农户的地位关注动机就会较弱，收入差距对农户消费的挤压作用也会下降。

同样，上文提到区分消费类别并不能很好地解释社会资本在收入差距挤压消费中作用不同的原因，本文这部分也检验了引入潜在社会资本是否同样可以解释不同消费类别受到不同收入差距方式影响的情形，即第 (5) ~ (8) 列，以地位性消费占比（一阶差分）作为被解释变量。结果发现，当以市场化程度衡量家庭积累潜在社会资本的必要性时，市场化程度较低意味着农户积累潜在社会资本的必要性较高，此时农户会更多地关注自身所处经济社会地位，农户地位性消费占比增加。也就是说，降低农户积累潜在社会资本的必要性有助于缓解收入差距对农户消费的挤压作用。

表 6 潜在社会资本对收入差距挤压农户消费作用的回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
基尼系数 1	-5.65*** (1.55)	—	-5.78*** (1.47)	—	1.01*** (0.36)	—	1.02*** (0.34)	—
基尼系数 1（一阶差）	2.85***	—	2.94***	—	-0.52**	—	-0.53***	—

收入差距、社会资本与农户消费

分) × 市场化程度 (对数)	(0.92)	—	(0.88)	—	(0.21)	—	(0.20)	—
城乡收入差距 1	—	-1.03***	—	-1.02***	—	0.18***	—	0.18***
	—	(0.21)	—	(0.21)	—	(0.03)	—	(0.03)
城乡收入差距 1 (一 阶差分) × 市场化程 度 (对数)	—	0.51***	—	0.52***	—	-0.09***	—	-0.09***
	—	(0.12)	—	(0.11)	—	(0.02)	—	(0.02)
家庭老年人口比	—	—	已控制	已控制	—	—	已控制	已控制
家庭少年人口比	—	—	已控制	已控制	—	—	已控制	已控制
家中是否有人生病	—	—	已控制	已控制	—	—	已控制	已控制
样本数	6658	6808	6658	6808	6520	6668	6520	6668
R ²	0.11	0.11	0.12	0.12	0.10	0.10	0.11	0.11

注：①第 (3)、(4)、(7) 和 (8) 列控制了家庭老年人口比、家庭少年人口比和家中是否有人得病三个变量，做稳健性检验；②第 (1) ~ (4) 列被解释变量为消费 2 (一阶差分)，其他控制变量与表 2 相同；③第 (5) ~ (8) 列被解释变量为地位性消费占比 (一阶差分)，引入家庭所在省 (市) 地位性消费中位数 (一阶差分) 作为控制变量，其他控制变量与表 2 相同；④奇数列括号内数字是聚类在县级层面的标准误，偶数列括号内数字是聚类在省级层面的标准误，下同。

进一步地，家中是否有成员外出打工也影响农户消费。考虑到 CFPS 数据库中只给出了 2009 年和 2013 年农民外出打工的情况，本文依据 2009 年家中是否有成员外出打工将家庭区分为有外出打工成员家庭和无外出打工成员家庭，且基于不同类型的家庭做回归分析 (见表 7)。可以看到，无论是考虑内部收入差距还是城乡收入差距，有外出打工成员家庭的消费支出和地位性消费占比都更容易受到收入差距扩大的影响，且潜在社会资本在这些家庭中的作用更为明显。

表 7 潜在社会资本对收入差距挤压农户消费作用的回归结果 (区分是否有成员外出打工)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
基尼系数 1	-7.94***	—	-3.13	—	1.48**	—	0.50	—
	(2.33)	—	(1.92)	—	(0.60)	—	(0.41)	—
基尼系数 1 (一阶差 分) × 市场化程度 (对数)	3.95***	—	1.65	—	-0.74**	—	-0.29	—
	(1.41)	—	(1.12)	—	(0.35)	—	(0.24)	—
城乡收入差距 1	—	-1.20***	—	-0.79***	—	0.28***	—	0.10**
	—	(0.37)	—	(0.15)	—	(0.04)	—	(0.05)
城乡收入差距 1 (一 阶差分) × 市场化程 度 (对数)	—	0.60***	—	0.39***	—	-0.15***	—	-0.05
	—	(0.19)	—	(0.10)	—	(0.03)	—	(0.03)
样本数	2353	2398	3988	4086	2327	2372	3885	3981
R ²	0.17	0.16	0.09	0.09	0.13	0.13	0.09	0.10

注：①表 7 第 (1) ~ (4) 列被解释变量为消费 2 (一阶差分)，控制变量与表 2 相同；②第 (5) ~ (8) 列被

解释变量为地位性消费占比（一阶差分），引入家庭所在省（市）地位性消费中位数（一阶差分）作为控制变量，其他控制变量与表2相同；③第（1）、（2）、（5）、（6）列基于有外出打工成员家庭做回归分析；第（3）、（4）、（7）、（8）列基于无外出打工成员家庭做回归分析。

五、结论与政策建议

本文首先借助地位关注理论解释收入差距对农户消费的作用机制，然后使用CFPS2010~2014年调查数据构建平衡短面板做差分回归，试图区分当前社会资本和潜在社会资本，研究社会资本在收入差距影响农户消费中的作用。结论如下：①不论是农村内部收入差距还是城乡收入差距，收入差距扩大会显著挤压农户自身消费支出；②当前社会资本在收入差距影响农户消费中的作用并不明确，可能缓解城乡收入差距而非农村内部收入差距扩大对农户消费的挤压，引入地位性消费后仍然如此；③市场化程度较低地区的农户积累潜在社会资本的必要性较高，农户消费受收入差距的挤压更为明显，地位性消费占比更高，从而改变农户消费结构。

鉴于此，本文提出如下政策建议：

第一，缩小收入差距。收入差距不断拉大会使中低收入阶层为了融入更高的社会阶层付出更多的努力，包括选择借助更大的住房面积和更多的地位品来显示更高的地位等。因此，缩小收入差距有助于缓解不同收入阶层之间的攀比心理，减少攀比对消费水平和消费结构的影响。

城乡教育资源失衡是引起城乡收入差距扩大的重要原因。虽然城镇内部也存在教育资源分配不公，例如划片上学等，但是相比而言，农村教育资源少得可怜。伴随着越来越多的农村孩子到城市上学，农村的诸多学校出现空置。城镇化有助于将更多的农村孩子带到城市，接受更好的教育；但也可以考虑将农村变成城市的郊区，将发展带到农村，而非仅仅是将农村劳动力带入城市。

第二，加速推进市场化进程。地位关注动机在市场化程度不高的欠发达地区广泛存在。如果市场化程度较低，社会资本存在的价值就会较高，家庭也会更多关注自身所处的地位阶层，从而其地位品偏好较强。而市场化程度较高时，社会网络产生的收入效应降低，给个体带来的潜在经济收益会有所下降。因此，有必要加速推进市场化进程，减少地位关注存在的必要性。

市场化程度的加深，并非仅是提高家庭收入，更多的是考虑政府与市场之间的关系、非国有企业的发展、产品与要素市场的发育度以及中介组织的发展与法制环境等方面。具体而言包括：①规范政府行为，提高“透明度”，引入竞争机制，形成多元化投资、多家经营、多元发展的新格局。②推动非国有经济的发展，适度引进国内外知名企业的分公司等，促进经济主体多元化和自由化及保障个体权益等，降低人际关系在职业选择中存在的意义。③促进产品和要素市场发育，向创新要动力，向改革要活力，在理念上创新，在机制上创新，在行动上创新。④促进中介市场发育和法制环境完善，为加快市场化提供环境支持。

参考文献

- 1.白重恩、唐燕华、张琼，2016：《中国隐性收入规模估计——基于扩展消费支出模型及数据的解读》，《经济研

究》第6期。

2.韩立岩、杜春越, 2012:《收入差距、借贷水平与居民消费的地区及城乡差异》,《经济研究》第S1期。

3.杭斌、修磊, 2016:《收入不平等、信贷约束与家庭消费》,《统计研究》第8期。

4.胡金焱、张博, 2014:《社会网络、民间融资与家庭创业——基于中国城乡差异的实证分析》,《金融研究》第10期。

5.金烨、李宏彬、吴斌珍, 2011:《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)》第3期。

6.李军, 2003:《收入差距对消费需求影响的定量分析》,《数量经济技术经济研究》第9期。

7.马光荣、杨恩艳, 2011:《社会网络、非正规金融与创业》,《经济研究》第3期。

8.孙铮、刘凤委、李增泉, 2005:《市场化程度、政府干预与企业债务期限结构——来自我国上市公司的经验证据》,《经济研究》第5期。

9.汪伟、郭新强, 2011:《收入不平等与中国高储蓄率:基于目标性消费视角的理论与实证研究》,《管理世界》第9期。

10.王小鲁、樊纲、余静文, 2017:《中国分省份市场化指数报告(2016)》,北京:社会科学文献出版社。

11.吴琼, 2014:《主观社会地位评价标准的群体差异》,《人口与发展》第6期。

12.臧旭恒、张继海, 2005:《收入分配对中国城镇居民消费需求影响的实证分析》,《经济理论与经济管理》第6期。

13.周广肃、樊纲、申广军, 2014:《收入差距、社会资本与健康水平——基于中国家庭追踪调查(CFPS)的实证分析》,《管理世界》第7期。

14.邹红、喻开志, 2011:《劳动收入份额、城乡收入差距与中国居民消费》,《经济理论与经济管理》第3期。

15.Anggraeni, L., 2009, "Factors Influencing Participation and Credit Constraints of a Financial Self-help Group in a Remote Rural Area: The Case of ROSCA and ASCRA in Kemang Village West Java", *Journal of Applied Sciences*, 9(11): 2067-2077.

16.Aguiar, M., and M. Bilal, 2015, "Has Consumption Inequality Mirrored Income Inequality?", *American Economic Review*, 105(9): 2725-2756.

17.Berry, H. L., and J. A. Welsh, 2010, "Social Capital and Health in Australia: An Overview from the Household, Income and Labour Dynamics in Australia Survey", *Social Science & Medicine*, 70(4): 588-596.

18.Blinder, A. S., 1975, "Distribution Effects and the Aggregate Consumption Function", *Journal of Political Economy*, 83(3): 447-475.

19.Danzer, A. M., B. Dietz, and K. Gatskova, 2013, "Showing off to the New Neighbors? Income, Socioeconomic Status and Consumption Patterns of Internal Migrants", *Journal of Comparative Economics*, 42(1): 230-245.

20.Frank, R. H., A. S. Levine, and O. Dijk, 2014, "Expenditure Cascades", *Review of Behavioral Economics*, 1(1-2): 55-73.

21.Hopkins, E., and T. Kornienko, 2006, "Methods of Comparison in Games of Status", *ESE Discussion Papers*, 16(2): 117-129.

22.Jellal, M., and T. Rajhi, 2003, "Croissance et Statut Social", *Revue Déconomie Politique*, 113(1): 87-103.

23.Johansson-Stenman, O., and P. Martinsson, 2006, “Honestly, Why Are You Driving a BMW?”, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 60(2): 129-146.

24.Khan, A. R., K. Griffin, and C. Riskin, 2000, “Income Distribution in Urban China during the Period of Economic Reform and Globalization”, *Chinese Economy*, 33(4): 28-35.

25.Long, N. V., and K. Shimomura, 2004, “Relative Wealth, Status-seeking, and Catching-up”, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 53(4): 529-542.

26.Rajan, R., 2010, *Fault Lines: How Hidden Fractures Still Threaten the World Economy*, Princeton: Princeton University Press.

27.Sivanathan, N., and N. C. Pettit, 2010, “Protecting the Self through Consumption: Status Goods as Affirmational Commodities”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(3): 564-570.

(作者单位: 山西大学经济与管理学院)

(责任编辑: 午言)

Income Gap, Social Capital and Rural Consumption

Liu Wen

Abstract: This article uses the theory of concerns for status to explain a function mechanism of income gap on farmer households' consumption behaviors, and uses data from the China Family Panel Studies (CFPS) from 2010 to 2014 to construct a balanced short panel for regression analysis. It makes a distinction between the current social capital and potential social capital, and examines the role of social capital in the function mechanism. The conclusions are as follows. Firstly, rising income inequality significantly squeezes rural consumption expenditure, be it within rural areas or between urban and rural areas. Secondly, the current social capital may alleviate the squeezing effect of rising income inequality between urban and rural areas on rural consumption, but not so for rising income inequality within rural areas, even after introducing the status consumption. Thirdly, rural regions with a lower degree of marketization have higher necessity to accumulate the potential social capital, in which farmers' consumption may be squeezed by rising income inequality in a more obvious way, and the proportion of status consumption is likely to become higher. This may change their consumption structure. Therefore, the study concludes by proposing that narrowing income gap can help stimulate rural consumption, and reducing the need for potential social capital can help reduce status consumption and optimize consumption structure.

Key Words: Income Gap; Potential Social Capital; Rural Consumption; Status Consumption