

消费结构升级会降低社会公平感吗

黄漫宇 汪阳昕¹

【摘要】：基于 2015 及 2017 年“中国综合社会调查”(Chinese General Social Survey, CGSS)等相关数据，使用定序回归模型分析了消费结构升级对社会公平感的影响，结果显示消费结构升级会降低社会公平感，这种影响存在地区和城乡的异质性。通过构建调节的中介效应模型，发现消费结构升级通过降低机会公平感和结果公平感降低社会公平感，而转移支付和教育经费的投入会在这一影响机制中产生负向的调节效应。因此，政府应通过增加教育经费投入和中央转移支付从而降低消费结构升级对社会公平感所产生的负面影响。

【关键词】：消费结构升级 定序回归 调节的中介效应

【中图分类号】：126.1 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1009-2382(2021)05-0028-10

一、引言

在国际环境日趋复杂、贸易保护主义日渐抬头、不稳定性和不确定性明显增强的严峻外部环境下，加之新冠肺炎疫情的深远影响，为积极应对外部环境的变化，发挥比较优势，充分利用国内国际两个市场两种资源，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局已经成为统领“十四五”时期的新战略举措。实际上随着中国进入中等收入国家的行列，消费也正以其“压舱石”的作用推动着国民经济的增长，数据显示消费增长自 2014 年起连续六年成为中国经济增长的第一驱动力，其中，2019 年全年最终消费支出对 GDP 增长的贡献率达到 57.8%。随着居民可获得产品和服务的数量与种类的大幅提升以及消费偏好与消费文化的转变，消费热点逐渐向新的消费领域汇集，定制化与多样化的高层次消费成为主流，消费的增长开始更多地出现在发展和享受类的产品和服务之中，消费结构升级的趋势逐渐显现(石明明等，2019)。

效率和公平是人类社会发展进程中不断追求的两大目标，自我国经济转入中高速增长的新常态后，“效率”提升放缓，“公平”问题更加被人们关注。社会公平感是社会中的个体成员对社会公平程度的感知和评价，换言之即居民以个人所持的“社会应有状况”为标准，对社会是否符合这一标准作出的评判。考虑到消费是居民参与社会经济活动并感知社会公平的重要途径，在消费结构升级的背景下，多样化和差异化的消费选择使得各类消费群体都有可能感受到居民之间实际消费能力存在的差异，从而影响到社会公平感。

基于此，本文拟使用 2015 及 2017 年的 CGSS(Chinese General Social Survey, 中国综合社会调查)等相关数据，在使用定序回归模型和调节的中介效应模型的基础上针对以下方面的内容进行研究：第一，分析消费结构升级对社会公平感的影响效应以及这一影响效应可能存在的区域异质性；第二，分析消费结构升级作用于社会公平感的中介机制与调节机制。本文得出的结论将为在消费结构升级的现实背景下促进居民社会公平感的提升制定相应政策提供一定的参考。

二、理论分析与研究假说

1. 消费结构升级对社会公平感的影响

¹**作者简介**：黄漫宇，中南财经政法大学工商管理学院教授、博士生导师；

汪阳昕，中南财经政法大学服务经济双循环发展研究中心助理研究员(武汉 430073)。

基金项目：国家社会科学基金重大项目“新时代流通服务业高质量发展的路径选择与政策体系构建”(编号：18ZDA058)；中南财经政法大学中央高校基本科研业务专项资金资助项目“消费结构升级影响居民公平感的机理与路径研究”(编号：202011095)

消费作为现代化生活组织架构中的焦点输出环节，直接取决于社会生产力的发展程度和资源配置的情况，是立足于一切生产性活动基础上的利益调节，涵盖着生产关系与生活方式的动态平衡。由于我国区域发展还不平衡，收入差距仍然存在，这意味着消费能力和消费机会仍旧存在较大差距，消费结构的持续升级可能会对社会公平感造成负面的影响。范和生和刘凯强(2019)认为，不平衡不充分的发展仍然是困扰我国社会结构迈向更高台阶的瓶颈，这种不平等属性也蔓延到了消费层面，造成了人们消费机会的失序。Lee 等(2020)的研究也发现当教育服务的选择增加时消费者的公平感并没有显著提升。许琪等(2020)更是通过研究发现市场化程度的提高会使得机会公平感下降。据此提出：

假说 1:消费结构升级对社会公平感存在负面影响。

2. 消费结构升级影响社会公平感的中介机制

孟天广(2012)认为社会公平感包含机会公平感和结果公平感两个方面的内容，机会公平感体现的是消费资源分配的程序或机会，结果公平感体现的是消费资源的分配结果，因此本文将从这两个方面分析消费结构升级影响社会公平感的中介机制。

(1) 机会公平感。

机会公平感的含义是指居民个人认为自己获得了参加与自身能力和意愿对应的活动的权利，也即“各尽所能”(徐梦秋，2001)，进而消费机会可以理解为由权力资源分配状况所决定的个体或群体自我发展和持续进化的空间(范和生和刘凯强，2019)。虽然消费升级能够改善人们的生活，但现实中制度地位、身份阶层、权力垄断等一系列因素可能会进一步扩大对于消费资源和消费机会的不平等占有，从而造成消费机会不公平(Chan 和 Goldthorpe, 2007)。这一过程会使居民认为自己没有参与到与自身消费意愿相匹配的市场活动中，从而降低其机会公平感。机会公平感越低，则意味着居民认为归因于权力等的“非责任”因素在个人生活中的作用越大，因此其社会公平感会进一步降低。据此提出：

假说 2a:消费结构升级通过降低机会公平感而对社会公平感产生负面影响。

(2) 结果公平感。

结果公平感包含的内容有每个人能够获得自己所需——“needs”、每个人获得同样的分配和待遇——“equality”、每个人获得奖励与贡献之比是合理的——“equity”(Deutsch, 1975)。消费结构升级意味着消费者增加了对于中高端消费品的需求，这一信号会通过市场传递到生产商处，这会引导生产商调整生产决策，不断扩大中高端产品的生产数量和种类，从而实现产业升级(颜色等，2018)。产业升级一方面为国家经济的增长提供了动力源泉，但另一方面也可能导致收入差距的加大。这往往会使得民众认为自己的所得与付出不成正比进而产生结果不公平感。因此，消费结构升级带来的产业升级效应可能会对结果公平感产生负面影响进而影响到社会公平感。据此提出：

假说 2b:消费结构升级通过降低结果公平感而对社会公平感产生负面影响。

3. 消费结构升级影响机会公平感和结果公平感的调节机制

鉴于转移支付和教育经费在促进机会公平和结果公平方面可能起到积极的作用，因此本部分拟从这两个方面分析消费结构升级影响机会公平感和结果公平感的调节机制。

(1) 转移支付。

改革开放后，中国式财政分权激发了地方政府发展经济的积极性，但也正由于经济增长“锦标赛”的存在，使得区域发展差距和居民收入差距有所扩大。在经济增长质量逐渐得到重视的情况下，财政分权带来的失衡问题引起了政府的重视，因而转移支付成为了中央解决失衡问题的重要措施。转移支付一方面可以通过直接调节地方政府财力进而缓解地区和收入的差距，另一方面也可以通过间接调节引导和激励地方政府调整其财政支出结构，使地方政府能够更好地为居民提供接触公共服务的均等机会(吉富星和鲍曙光，2019)。特别地，在中国基本实现消除绝对贫困的过程中，转移支付成为了政府运用财政资金将经济活动所得以福利形式馈赠给贫困人口的重要途径。解亚和李敏(2020)发现政府转移支付完成后收入不平等的程度有所下降。李丹和李梦瑶(2020)以国家扶贫开发重点县为研究对象，发现转移支付不仅能够有效提升贫困地区的人均 GDP, 还可以增加农村居民接触公共服务的机会。据此提出：

假说 3a:转移支付的增加能够降低消费结构升级通过机会公平感对社会公平感产生的负向影响。

假说 3b:转移支付的增加能够降低消费结构升级通过结果公平感对社会公平感产生的负向影响。

(2)教育经费。

教育不仅可以在经济层面增加个体的收入，还可以在心理、行为、认知等方面对人产生影响，进而影响人的社会态度和社会公平感(Solmon 和 Fagnano, 1995)。学者们通过结构地位决定论和筛选理论对教育促进公平感提升的原因进行了解释。李颖晖(2015)使用结构地位决定论提出这一正向影响是由于有着更高教育程度的群体更有可能因为其社会声望、经济地位等而拥有更多参与活动的权力，因此具有显著的机会公平感优势。Stiglitz(1975)使用筛选理论解释了这一现象，认为教育是对高能力者和低能力者的“过滤”，人们可以通过教育向劳动力市场发送能力信息，进而获得与自身能力相匹配的合理收入，产生结果公平的感受。基于上述研究，本文认为教育经费的增加作为提升居民教育水平的政策手段可以有效降低消费结构升级通过机会公平感和结果公平感对社会公平感所产生的负向影响。据此提出：

假说 3c:教育经费的增加能够降低消费结构升级通过机会公平感对社会公平感产生的负向影响。

假说 3d:教育经费的增加能够降低消费结构升级通过结果公平感对社会公平感产生的负向影响。

综上所述，本文得出概念模型如图 1 所示。

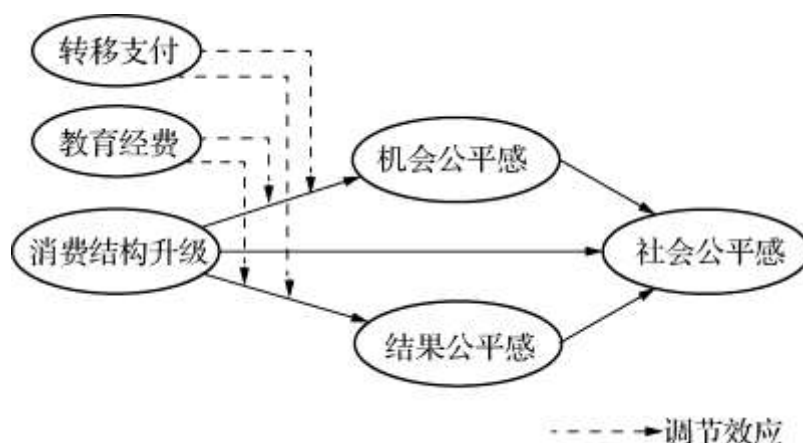


图 1 概念模型图

三、数据来源与变量选取

1. 数据来源

本文主要用到 2015 及 2017 年的 CGSS 数据、《中国住户调查年鉴》2016 及 2018 年的数据和《中国统计年鉴》2016 及 2018 年的数据。其中 CGSS 始于 2003 年,是针对中国大陆各省市自治区 10000 多户家庭遵照国际标准进行的连续性横截面调查。CGSS 调查较为全面地收集了社会、社区、家庭、个人多个层次的数据,因此能够较为真实和完整地反映全国各地居民的生活状态。本文在删除有缺失变量的样本后共保留 11628 个样本。《中国住户调查年鉴》是在整合城乡住户调查资料的基础上编纂的,收录了历年全国及分城乡居民主要收支与生活状况的数据,较为全面地反映了中国城乡居民收支、生产和生活的状况。

2. 变量选取

(1) 核心变量。

社会公平感是本文重要的被解释变量,数据来源于 2015 及 2017 年的 CGSS 调查结果。在 CGSS 调查中对该变量的表述以问题的形式出现,即“总的来说,您认为当今社会公不公平?”。答案对应有五个选项,分别是“1-完全不公平、2-比较不公平、3-说不上公平但也不能说不公平、4-比较公平、5-完全公平”,对该变量的处理方式是将答案对应的数字作为变量的值。虽然该变量是从主观角度对社会公平进行的测度,但由于公平本就是人的主观感受,受到自身特质和环境特质的共同影响,因此让调查者选择他们感受到的公平程度并将此作为本文的核心被解释变量是合理的。

消费结构升级是本文的重要解释变量。一般认为,消费结构升级体现为消费内容的优化,也即生存型消费比重降低,发展型和享受型消费所占比重提升的现象(贾宪军,2020)。基于这一界定,韩立岩和夏坤(2007)用教育文化娱乐支出及医疗保障支出占消费的比重测度消费结构升级,南永清等(2020)则进一步扩大高层次消费的范围,用教育文化娱乐、医疗保健支出、交通通信支出和其他用品及服务支出占消费的比重测度消费结构升级。为使实证结果更为精准稳健,本文在实证过程中同时使用上述两种方法进行测度,表 3 中描述的 Consu1 表示用教育文化娱乐支出及医疗保障支出占消费的比重测度的消费结构升级,而 Consu2 是用教育文化娱乐、医疗保健支出、交通通信支出和其他用品及服务支出占消费的比重衡量的消费结构升级。相关数据来自于 2016 及 2018 年的《中国住户调查年鉴》。

(2) 个体层面控制变量。

个体层面的控制变量又分为个体主观控制变量和个体客观控制变量,其中个体主观变量包含幸福感、机会公平感、结果公平感,个体客观变量包含性别、年龄、户口类型、受教育程度、年收入、工作状况和网络联系。以上有关个体层面的控制变量数据均来源于 CGSS 调查结果,它们所对应的问卷问题、原始答案选项以及原始数据处理情况如表 1 所示。

表 1 CGSS 中对应的个体层面控制变量

变量名	CGSS 对应问题	原始数据	数据处理
个体主观控制变量:			
幸福感	总的来说,您认为您的生活是否幸福?	1-非常不幸福,2-比较不幸福,3-说不上幸福但也不能说不幸福,4-比较幸福,5-非常幸福	数值即为相应答案的赋值
机会公	您认为您目前在哪个等级上?	1(最底层)到 10(最顶层)	数值即为相应答

平感			案的赋值
结果公 平感	您家的家庭经济状况在所在地 属于哪一档?	1-远低于平均水平, 2-低于平均水平, 3-平均水平, 4-高于平均 水平, 5-远高于平均水平	数值即为相应答 案的赋值

(续表)

变量 名	CGSS 对应问题	原始数据	数据处理
个体客观控制变量:			
性别	被访者性别	男、女	男赋值 0, 女赋值 1
年龄	您的出生日期是什么?	-	调查年份减出生年份
户口 类型	您目前的户口登记状 况是?	1-农业户口, 2-非农业户口, 3-蓝印户口, 4-居民户口(以前是农业 户口), 5-居民户口(以前是非农业户口)	1、4 归为农业户口赋值 0, 2、3、5 归为非农业户 口赋值 1
受教 育程 度	您目前的最高教育程 度是(包括目前在读)	1-没有受过任何教育, 2-私塾, 3-小学, 4-初中, 5-职业高中, 6-普 通高中, 7-中专, 8-技校, 9-大学专科(成人), 10-大学专科(正规), 11- 大学本科(成人), 12-大学本科(正规), 13 研究生及以上	1-8 归为大专以下赋值 0, 9-13 归为大专及以上 赋值 1
年收 入	您个人去年全年的总 收入是多少?	-	取对数 ^①
工作 状况	您的工作经历及状况 是	1-从未工作过, 2-目前从事非农工作, 3-目前没有工作、曾经有过非 农工作, 4-目前没有工作、而且只务过农, 5-目前务农、曾经有过非 农工作, 6-目前务农、没有过非农工作	1、3、4 归为没有工作赋 值为 0, 2、5、6 归为有工 作赋值为 1
网络 联系	过去一年, 您对以下媒 体的使用情况-互联网 (包括手机上网)	1-从不, 2-很少, 3-有时, 4-经常, 5-非常频繁	数值即为相应答案的赋 值

(3) 省级层面控制变量。

由于 CGSS 数据中能够对应的最小行政区域为省, 因此本文选取的地理区域控制变量均为省级数据, 其中包含从《中国统计年鉴》、各省《金融运行报告》、《中国住户调查年鉴》中获取的数据。省级层面控制变量包含有人均 GDP、万人拥有银行机构数、人均拥有道路面积、房价收入比(陈艳如等, 2020)。以上省级层面指标以及对应的计算处理方法如表 2 所示。

表 2 省级层面控制变量及处理方法

变量名	处理方法
经济水平	人均 GDP 取对数

金融建设水平	银行金融机构数/年末人口
基础设施建设水平	人均道路面积
房价水平	住宅商品房价格/年收入

(4) 变量描述性统计。

以上所述各变量的名称及描述性统计结果如表 3 所示。

四、实证过程与结果分析

1. 基本回归及结果分析

本文因变量为社会公平感，在问卷上共呈现为五个层次，分别为完全不公平、比较不公平、说不上公平但也不能说不公平、比较公平、完全公平，本文依次对这五个层次赋值为 1、2、3、4、5。由于居民的社会公平感为典型的定序变量，因此本文参考周慧珺和沈吉 (2020) 的做法采用定序回归模型进行实证分析。本文的模型设定如下：

$$Fair_{ip} = \beta_{i0} + \beta_{i1} Consu_p + \beta_{i2} C + \delta_p + \varepsilon_{ip} \quad (1)$$

其中， $Fair_{ip}$ 表示 p 省份的 i 个体的社会公平感， $Consu_p$ 表示 p 省的消费结构升级，C 表示控制变量，包含有个人主观层面、个人客观层面、省级层面三个层面的控制变量， δ_p 表示省份固定效应， ε_{ip} 表示随机误差项。

表 4 给出了基于 2017 年数据对于假说 1 的检验结果。考虑到用教育文化娱乐、医疗保健支出、交通通信支出和其他用品及服务支出占消费的比重 (Consu2) 衡量消费结构升级相比于用教育文化娱乐支出及医疗保障支出占消费的比重 (Consu1) 测度消费结构升级而言能够更加全面地反映消费升级的整体状况，因此本文在表 4 中仅用列 (1) 展示了 Consu1 加入全部控制变量和省份固定效应的实证结果，在列 (2)、(3)、(4) 中则展示了通过逐步回归所得到的 Consu2 的实证结果。

表 3 变量描述性统计

变量名称	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
社会公平感 (Fair)	11628	3.10	1.06	1.00	5.00
消费结构升级 1 (Consu1)	11628	0.19	0.02	0.14	0.24
消费结构升级 2 (Consu2)	11628	0.35	0.03	0.29	0.42
幸福感 (Happ)	11628	3.85	0.85	1.00	5.00
机会公平感 (Oppo)	11628	4.13	1.70	1.00	10.00
结果公平感 (Dist)	11628	2.54	0.75	1.00	5.00

性别 (Gend)	11628	0.52	0.49	0.00	1.00
年龄 (Age)	11628	51.00	16.86	18.00	103.00
户口类型 (Regi)	11628	0.37	0.48	0.00	1.00
受教育程度 (Edu)	11628	0.19	0.39	0.00	1.00
年收入 (In)	11628	3.14	2.73	-3.00	6.99
工作状况 (Work)	11628	0.55	0.49	0.00	1.00
网络联系 (Inter)	11628	2.80	1.72	1.00	5.00
经济水平 (GDPpc)	11628	4.80	0.19	4.45	5.11
金融建设水平 (Bank)	11628	1.69	0.29	1.17	2.30
基础设施建设水平 (Road)	11628	14.83	5.31	4.51	25.62
房价水平 (Hou)	11628	0.32	0.10	0.16	0.59

表 4 消费结构升级对社会公平感的影响检验结果

	(1)	(2)	(3)	(4)
Consul	-2.5022***			
	(0.8712)			
Consu2		-2.0329***	-1.7541***	-1.9364***
		(0.3687)	(0.3758)	(0.4322)
个人主观控制量:				
Happ	0.3820***	0.4153***	0.3823***	0.3826***
	(0.0129)	(0.0121)	(0.0126)	(0.0129)
Oppo	0.0545***		0.0607***	0.0548***
	(0.0070)		(0.0063)	(0.0070)
Dist	0.0449***			0.0446***
	(0.0159)			(0.0159)
个人客观控制量:				
Gend	-0.0598***	-0.0637***	-0.0642***	-0.0592***

	(0.0207)	(0.0201)	(0.0201)	(0.0207)
Age	0.0072***		0.0101***	0.0071***
	(0.0008)		(0.0006)	(0.0008)
Regi	-0.0440*		-0.0770***	-0.0435*
	(0.0249)		(0.0236)	(0.0249)
Edu	0.1453***		0.1254***	0.1479***
	(0.0306)		(0.0300)	(0.0306)

(续表)

	(1)	(2)	(3)	(4)
In	0.0015			0.0021
	(0.0048)			(0.0048)
Work	0.0586**			0.0562**
	(0.0247)			(0.0247)
Inter	-0.0614***			-0.0619***
	(0.0086)			(0.0086)
省级控制变量:				
GDPpc	0.1261	-0.2640*	0.0440	0.1199
	(0.1640)	(0.1388)	(0.1631)	(0.1640)
Bank	-0.0042			0.0413
	(0.0452)			(0.0466)
Road	-0.0072**			-0.0037
	(0.0028)			(0.0025)
Hou	-0.6268***		-0.3962***	-0.5399***
	(0.1875)		(0.1440)	(0.1850)
地区固定效应	YES	YES	YES	YES
N	11628	11628	11628	11628
R ²	0.0393	0.0394	0.0502	0.0523

由表 4 中 (1)~(4) 列的计算结果可知, 消费结构升级对社会公平感的影响均显著为负, 说明消费结构升级会降低居民的社会公平感, 假说 1 得到验证。在个人主观控制变量中, 幸福感、机会公平感和结果公平感对社会公平感的影响均显著为正, 说明当居民幸福感程度高、认为社会机会相对公平或者结果相对公平时容易产生较高的社会公平感。在个人客观控制变量中, 年龄、教育、工作状况对社会公平感的影响显著为正, 这说明年龄越大的居民、接受教育时间更长的居民或拥有工作的居民有更高的社会公平感; 性别变量、户口类型、网络联系对社会公平感的影响则显著为负, 这说明男性比女性的社会公平感更强, 持有农业户口的居民比非农户口的居民社会公平感更强, 较少使用网络的居民社会公平感更强。在省级控制变量中, 房价水平显著为负, 说明较高的房价水平会降低居民的社会公平感。

2. 稳健性检验及结果分析

考虑到调查数据年份的特殊性可能会影响结论的有效性, 本文进一步使用 2015 年的对应数据应用相同的定序回归模型进行了稳健性检验。表 5 是稳健性检验的回归结果, 其中各列回归结果中表示的控制变量的选择均与基本回归中所述相同。限于文章篇幅, 表 5、表 6、表 7 和表 10 均略去了控制变量的回归结果。

表 5 稳健性检验结果

	(1)	(2)	(3)	(4)
Consul	-0.9147*			
	(0.5071)			
Consu2		-1.9267***	-1.4806***	-1.1260**
		(0.4464)	(0.4904)	(0.5340)
控制变量	YES	YES	YES	YES
地区固定效应	YES	YES	YES	YES
N	9096	9096	9096	9096
R ²	0.0315	0.0322	0.0457	0.0580

从稳健性检验的回归结果中可以看出, 消费结构升级对社会公平感的影响分别在 10%、1%、1%、5% 的水平上显著为负, 进一步说明消费结构升级确会降低居民的公平感, 即假说 1 进一步得到验证。

3. 内生性问题处理及结果分析

本文研究的主题是消费结构升级对社会公平感的影响, 现有研究也有少量文献从公平感出发研究其对于消费的影响, 如刘悦等 (2019) 使用 32 个国家数据分析发现降低收入的不平等可以促进消费升级, 这既为本文的研究提供了文献支持也带来了挑战, 即可能由于反向因果而导致在回归过程中产生内生性的问题。同时社会公平感可能会存在部分无法度量的解释变量如居民的消极或积极的心态, 使用遗漏变量的模型进行估计也会产生一定的内生性问题。为了尽可能避免由上述反向因果和遗漏变量而引发的内生性问题, 本文进一步使用带工具变量的定序回归模型进行内生性问题的处理。

本文分别从个人层面和省级层面选择了两个工具变量, 从个人层面选取了文化活动参与频率, 这是因为: 首先, 从理论角

度而言消费升级受到文化活动参与频率的影响，也即文化活动参与频率越高消费升级程度越高，满足相关性；其次，没有研究表明社会公平感会对文化活动参与频率产生影响。文化活动参与频率数据来源于 CGSS 调查数据，对应的问题是“过去一年，您是否经常在空闲时间参加文化活动，比如听音乐会，看演出和展览？”，回答的选项包含“1-从不，2-一年数次或更少，3-一月数次，4-一周数次，5-每天”，对该变量的处理方式是将答案对应的数字作为变量的值。从省级层面选取的工具变量为各省居民的肉类食品消费量，这是因为肉类食品消费量作为食品消费的一种，与消费升级存在一定的相关性，而社会公平感不会对单一的食品消费产生影响。肉类食品消费量数据来源于《中国统计年鉴》。表 6 所示的内生性问题处理结果是在基准回归的基础上仅加入对工具变量的考虑后的回归结果。

由表 6 可知，针对两个工具变量的不可识别检验和弱工具变量检验均在 1%的水平上分别拒绝了工具变量与解释变量不相关以及工具变量是弱工具变量的原假设，说明本文选取的两个工具变量满足了与解释变量的相关性。同时针对工具变量的过度识别检验在 10%的水平上接受了工具变量均外生的原假设，说明本文选取的工具变量满足了与被解释变量的无关性，因此两个工具变量通过检验。表 6 中(1)~(4)列的回归结果说明，在加入工具变量后，消费结构升级对社会公平感的影响仍均在 1%的水平上显著为负，这与基准回归和稳健性检验的结果保持一致，说明在内生性问题得到处理后假说 1 仍然成立。

表 6 内生性问题处理结果

	(1)	(2)	(3)	(4)
Consu1	-3.8773***			
	(0.9711)			
Consu2		-3.7458*** (0.9434)	-3.2280*** (0.9335)	-3.7276*** (1.3055)
控制变量	YES	YES	YES	YES
地区固定效应	YES	YES	YES	YES
不可识别检验	1690.184***	1702.112***	1815.329***	846.102***
弱工具变量检验	2210.161***	1895.607***	2068.382***	841.516***
过度识别(P)值	0.4806	0.4531	0.8582	0.4997
N	11628	11628	11628	11628
R ²	0.0393	0.0394	0.0502	0.0523

4. 中介效应检验及结果分析

在对中介效应进行检验的早期，Baron 和 Kenny (1988)提出了三步检验法，旨在通过厘清各个逻辑关系来确定中介变量的统计显著性。随后 MacKinnon 等(2002)指出三步检验法在评估中介效应时相比于 Bootstrap 方法而言统计解释力较低。因此本文参考 Nyadzayo 等(2016)的做法，先建立模型通过回归系数及其显著性说明中介效应中直接效应存在与否，再通过 Bootstrap 方法说明中介效应中间接效应存在与否，最终结合二者的结果验证消费结构升级是否通过机会公平感与收入公平感进而影响社会公平感。

在验证直接效应存在与否时，本文设置了如式(2)、(3)、(4)、(5)所示的四个模型：

$$\begin{aligned} Fair_{ip} &= \beta_{20} + \beta_{21} Consu_p + \beta_{22} C + \delta_p + \varepsilon_{ip} & (2) \\ Oppo_{ip} &= \beta_{30} + \beta_{31} Consu_p + \beta_{32} C + \delta_p + \varepsilon_{ip} & (3) \\ Dist_{ip} &= \beta_{40} + \beta_{41} Consu_p + \beta_{42} C + \delta_p + \varepsilon_{ip} & (4) \\ Fair_{ip} &= \beta_{50} + \beta_{51} Consu_p + \beta_{52} Oppo_{ip} + \beta_{53} Dist_{ip} + \beta_{54} C + \delta_p + \varepsilon_{ip} & (5) \end{aligned}$$

其中, $Fair_{ip}$ 表示 p 省份的 i 个体的公平感, $Oppo_{ip}$ 表示 p 省份的 i 个体的机会公平感, $Dist_{ip}$ 表示 p 省份的 i 个体的结果公平感, $Consu_p$ 表示 p 省的消费结构升级, C 表示控制变量, 包含有个人主观层面、个人客观层面、省级层面的控制变量, δ_p 表示省份固定效应, ε_{ip} 表示随机误差项。需要注意的是, 考虑到对于中介效应和调节的中介效应的检验是具有连续性的实证步骤, 同时在消费结构升级的度量方法中 $Consu2$ 相比于 $Consu1$ 包含的内容更加广泛且更加贴近居民如今的消费事实, 因此本文在接下来检验中介效应及调节的中介效应时均使用 $Consu2$ 作为测度消费结构升级的变量。

表 7 是直接效应的实证检验结果, 其中列 (1)、(2)、(3)、(4) 分别表示的是式 (2)、(3)、(4)、(5) 的回归结果。

表 7 直接效应实证检验结果

	(1)	(2)	(3)	(4)
Consu2	-2.3180***	-4.2810***	-0.9895**	-1.9364***
	(0.4299)	(0.4073)	(0.4369)	(0.4322)
Oppo				0.0548***
				(0.0070)
Dist				0.0446***
				(0.0159)
控制变量	YES	YES	YES	YES
地区固定效应	YES	YES	YES	YES
N	11628	11628	11628	11628
R ²	0.0489	0.0430	0.0786	0.0523

由表 7 的列 (1) 可知, 消费结构升级对社会公平感的总效应在 1% 的水平上显著为负, 说明消费结构升级对社会公平感有直接的负向影响。由列 (2) 可知消费结构升级在 1% 的水平上显著为负, 说明消费结构升级对机会公平感有直接的负向影响。由列 (3) 可知消费结构升级在 5% 的水平上显著为负, 说明消费结构升级对结果公平感有直接的负向影响。由列 (4) 可知, 机会公平感和结果公平感均在 1% 的水平上显著为正, 说明机会公平感和结果公平感对社会公平感均能够产生显著的正向影响。对比列 (1) 和列 (4) 可以发现, 在加入机会公平感和结果公平感后, 消费结构升级对社会公平感的负向影响有所减弱, 综合以上结论可以说明消费结构升级通过降低机会公平感及结果公平感进而降低社会公平感的直接效应是显著存在的。

在验证了直接效应后, 本文使用 Bootstrap 方法进一步验证间接效应的存在与否, 结果如表 8 所示。从表 8 中可以看出,

消费结构升级通过机会公平感影响居民社会公平感的间接效应系数为-0.2537, 在 1%的水平上显著; 通过结果公平感影响居民社会公平感的间接效应系数为-0.0269, 在 10%的水平上显著。结合上文对直接效应的验证结果, 可以说明消费结构升级确实通过降低居民的机会公平感和结果公平感最终降低了社会公平感, 即研究假说 2a 和 2b 得到验证。同时从表 8 中两个间接效应对应的系数大小可以发现, 消费结构升级更多地是通过降低机会公平感进而对社会公平感产生负面影响的。

表 8 间接效应实证检验结果

	系数	标准差	Z 值	P 值
消费结构升级→机会公平感→社会公平感	-0.2537	0.0385	-6.58	<0.01
消费结构升级→结果公平感→社会公平感	-0.0269	0.0138	-1.94	<0.10

5. 调节的中介效应检验及结果分析

为了进一步讨论消费结构升级通过机会公平感与结果公平感影响社会公平感的途径是否会受到其他环境变量的影响, 本文进一步使用被调节的中介效应模型验证研究假说 3a、3b、3c 和 3d。本文所选取的两个调节变量分别是转移支付和教育经费。其中, 转移支付的数据来自于财政部发布的《中央财政预算》, 其测度参考了李丹和李梦瑶 (2020) 的做法, 用一般性转移支付、专项转移支付与税收返还之和与各省财政收入之比来表示。教育经费的数据来源于《中国统计年鉴》, 其测度参考高洁和汪宏华 (2020) 的做法, 用教育经费占 GDP 的比重表示。本文参考温忠麟和叶宝娟 (2014) 归纳的被调节的中介效应, 借鉴 Preacher 等 (2007) 使用的 Bootstrap 方法对被调节的中介效应进行检验, 检验结果如表 9 所示。

表 9 调节的中介效应实证检验结果

	调节变量	水平	系数	标准差	Z 值	P 值
消费结构升级→机会公平感	转移支付	低	-0.4575	0.0678	-6.74	<0.01
		高	-0.2077	0.0366	-5.67	<0.01
	教育经费	低	-0.3282	0.0632	-5.19	<0.01
		高	-0.2444	0.0394	-6.19	<0.01
消费结构升级→结果公平感	转移支付	低	-0.1018	0.0363	-2.80	<0.01
		高	0.1071	0.0355	3.02	<0.05
	教育经费	低	-0.1042	0.0363	-2.87	<0.01
		高	-0.0406	0.0180	-2.25	<0.05

由表 9 的计算结果可知, 转移支付的增加在 1%的水平上缓解消费结构升级通过降低机会公平感进而降低社会公平感的影响, 同时转移支付的增大在 5%的水平上可以将消费结构升级通过降低结果公平感进而降低社会公平感的效应由负转正, 由此研究假说 3a 和 3b 得证。这说明转移支付的增加既能够通过公共服务均等化提高居民的机会公平感, 也可以提升低收入群体的收入水

平进而在总体上使居民获得更高的结果公平感。

同时教育经费的增加均在 5%的水平内显著缓解消费结构升级通过降低机会公平感和结果公平感进而对社会公平感产生的负向影响，由此研究假说 3c 和 3d 得证。这说明教育经费的增加会改善居民的教育水平，当居民拥有更高的教育水平时，往往能够提高其社会声望和经济地位，并获得更多参与社会活动的权力，从而具有更高的机会公平感，同时教育使得人们可以更好地向劳动力市场发送能力信息，进而获得与自身能力相匹配的合理收入并获得更高的结果公平感。

五、进一步实证

前文实证结果均是在控制省份固定效应的基础上得到的，这可以较好地避免除省份控制变量外其他省份特征对于回归结果的影响，但也正因如此不能反映在不同地区消费结构升级影响社会公平感可能存在的差异。基于此，本文进一步考察了地区异质性和城乡异质性可能产生的影响，检验结果如表 10 所示。

从表 10 的计算结果可知，从地区异质性来看，在东部地区消费结构升级对社会公平感的影响不显著，在中部和西部地区这一影响均在 1%的水平上显著为负，且在西部地区这一负向影响更大。从城乡异质性来看，城镇与农村地区消费结构升级对社会公平感的影响均在 1%的水平上显著为负，同时在农村地区这一负向影响大于城镇地区。

表 10 考虑地区异质性和城乡异质性后的计算结果

	地区异质性			城乡异质性	
	东部	中部	西部	城镇	农村
Consu2	0. 1079	-2. 6117***	-4. 0159***	-1. 7098***	-2. 0498***
	(0. 9465)	(0. 8839)	(1. 4963)	(0. 5882)	(0. 6805)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES
地区固定效应	YES	YES	YES	YES	YES
N	5560	3805	2263	7401	4227
R ²	0. 0527	0. 0591	0. 0532	0. 0478	0. 0641

结合前文的论述可知，由于区域发展水平的差异和城乡二元结构的存在，位于相对欠发达地区或位于农村地区的居民在获取发展和享受类产品时，无论在种类上还是在数量上都可能落后于发达地区或城镇地区的居民，这使得即便发生了消费结构升级，位于欠发达地区或农村地区的居民在比较之下仍会在更大程度上产生自己的付出未能得到应有回报的不公平感受。

六、结论与政策建议

1. 研究结论

本文基于 2015 及 2017 年的“中国综合社会调查”数据，2016 及 2018 年的《中国统计年鉴》和《中国住户调查年鉴》数据，使用带有工具变量的定序回归模型对消费结构升级影响社会公平感的机制和效应进行了实证分析，得出了下列结论：第一，消

费结构升级会降低居民的社会公平感；第二，消费结构升级通过降低机会公平感以及结果公平感从而对社会公平感产生负面影响；第三，转移支付和教育经费的增加均能够减少消费结构升级通过降低机会公平感和结果公平感而对社会公平感所产生的负面影响；第四，消费结构升级对西部地区社会公平感的负面影响大于中部地区，对农村地区社会公平感的负面影响大于城镇地区。

2. 政策建议

第一，随着经济增长质量逐步得到重视，政府应当在保持对于“效率”持续关注的同时，进一步增加对于“公平”的重视，将缩小贫富差距、减少阶级固化、促进地区平衡发展、打破城乡二元结构格局作为重要的发展任务。

第二，通过增加转移支付降低消费结构升级可能对社会公平感造成的负面影响，一方面政府应通过增加专项转移支付，以其间接的“造血”功能增加居民接触公共服务的机会；另一方面政府应通过增加一般性转移支付和税收返还，以其直接的“输血”功能提升居民尤其是贫困地区居民的收入。

第三，通过增加教育经费的投入降低消费结构升级可能对社会公平感造成的负面影响。各级政府应当进一步增加对各阶段教育的投入，办好特殊教育、继续教育，支持和规范民办教育，推进一流大学和一流学科建设，并通过积极的政策信号适当地将社会资本引入教育领域，优化教育经费的投入结构，真正将教育的普惠性同等地落实到各地区和各层级居民的身上。

第四，在制定政策时充分考虑区域发展差距，重点关注消费结构升级对欠发达地区或农村地区居民的社会公平感可能产生的负面影响，通过对这些地区加大转移支付和增加教育方面的投入，让来自欠发达地区的居民也能享受到消费升级所带来的红利，实现包容性增长。

参考文献

- [1]. Baron, R. M., and A. K. David. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1986, 51 (6) :1173.
- [2]. Chan, T. W., and J. H. Goldthorpe. Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England. *European Sociological Review*, 2007, 23 (1) :1-19.
- [3]. Deutsch M. Equity, Equality, and Need: What Determines Which Value Will be Used as the Basis of Distributive Justice? *Journal of Social Issues*, 1975, 31 (3) :137-149.
- [4]. Lee, I. P., S. Jilke, and O. James. Do More Options Always Benefit the Users of Public Services? An Experimental Study of School Choice, Performance and Satisfaction. *Public Administration Review*, 2020 (6) :71-124.
- [5]. MacKinnon, D. P., C. M. Lockwood, J. M. Hoffman, S. G. West, and V. Sheets. A Comparison of Methods to Test Mediation and Other Intervening Variable Effects. *Psychological Methods*, 2002, 7 (1) :83-104.
- [6]. Nyadzayo, M. W., and K. Saman. The Antecedents of Customer Loyalty: A Moderated Mediation Model of Customer Relationship Management Quality and Brand Image. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2016, 30:262-270.
- [7]. Preacher, K. J., D. D. Rucker, and A. F. Hayes. Addressing Moderated Mediation Hypotheses: Theory, Methods, and

Prescriptions. Multivariate Behavioral Research, 2007, 42(1):185-227.

[8]. Solmon, C. L., and C. L. Fagnano. Benefits of Education. International Encyclopedia of Economics of Education, 1995, 2:114-125.

[9]. Stiglitz, J. E. The Theory of "Screening," Education, and the Distribution of Income. The American Economic Review, 1975, 65(3):283-300.

[10]. 陈艳如、宋伟轩、尹上岗、马雨竹：《长三角一体化区域城市房价收入比时空分异格局》，《经济地理》2020 年第 12 期。

[11]. 范和生、刘凯强：《新时代社会主要矛盾变迁下的消费结构转型与升级》，《理论学刊》2019 年第 2 期。

[12]. 高洁、汪宏华：《教育经费投入对科研创新影响的实证研究》，《科研管理》2020 年第 7 期。

[13]. 郭劲光、高静美：《我国基础设施建设投资的减贫效果研究：1987—2006》，《农业经济问题》2009 年第 9 期。

[14]. 韩立岩、夏坤：《标识消费结构的新指标——“发展系数”》，《经济与管理研究》2007 年第 5 期。

[15]. 吉富星、鲍曙光：《中国式财政分权、转移支付体系与基本公共服务均等化》，《中国软科学》2019 年第 12 期。

[16]. 贾宪军：《家庭金融资产结构对居民消费升级影响的实证》，《统计与决策》2020 年第 18 期。

[17]. 李丹、李梦瑶：《财政转移支付的减贫效应研究——基于国定扶贫县的实证分析》，《财经研究》2020 年第 10 期。

[18]. 刘悦、陈雅坤、李兵：《收入不平等对消费升级的影响——基于奢侈品消费的跨国分析》，《经济科学》2019 年第 6 期。

[19]. 杨真、张倩：《教育期望值视角下的子女教育与家庭消费——基于反事实框架的因果推断》，《经济问题》2019 年第 7 期。

[20]. 李颖晖：《教育程度与分配公平感：结构地位与相对剥夺视角下的双重考察》，《社会》2015 年第 10 期。

[21]. 孟天广：《转型期中国公众的分配公平感：结果公平与机会公平》，《社会》2012 年第 6 期。

[22]. 南永清、肖浩然、单文涛：《家庭资产、财富效应与居民消费升级——来自中国家庭追踪调查的微观证据》，《山西财经大学学报》2020 年第 8 期。

[23]. 石明明、江舟、周小焱：《消费升级还是消费降级》，《中国工业经济》2019 年第 7 期。

[24]. 王虎邦、刘伟江、胡子毓：《居民杠杆、消费升级与经济平稳增长》，《现代经济探讨》2019 年第 4 期。

[25]. 温忠麟、叶宝娟：《有调节的中介模型检验方法：竞争还是替补？》，《心理学报》2014 年第 5 期。

-
- [26]. 麻宝斌、马永强：《新时代政府信任的来源——社会公平和经济绩效及其影响力比较》，《理论探讨》2019 年第 3 期。
- [27]. 徐梦秋：《公平的类别与公平中的比例》，《中国社会科学》2001 年第 1 期。
- [28]. 解垚、李敏：《相对贫困、再分配与财政获益：税收和转移支付的作用如何？》，《上海财经大学学报》2020 年第 6 期。
- [29]. 许琪、贺光烨、胡洁：《市场化与中国民众社会公平感的变迁：2005-2015》，《社会》2020 年第 3 期。
- [30]. 颜色、郭凯明、杭静：《需求结构变迁、产业结构转型和生产率提高》，《经济研究》2018 年第 12 期。
- [31]. 周慧珺、沈吉：《公平收入差距与收入分配公平感》，《经济理论与经济管理》2020 年第 7 期。

注释：

1 考虑到部分受访个体存在收入为 0 的情况，因此在取对数前对全部居民收入均增加 0.01 元。