

湖南师范大学商学院经济管理理论丛

消费经济前沿 理论研究

刘子兰等著

XIAOFEI JINGJI QIANYAN

LILUN YANJIU



经济科学出版社
Economic Science Press

湖南师范大学商学院经济管理理论丛



消费经济前沿 理论研究

刘子兰等著



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

消费经济前沿理论研究 / 刘子兰等著. —北京:
经济科学出版社, 2010. 9

(湖南师范大学商学院经济理论丛)

ISBN 978 - 7 - 5058 - 9917 - 9

I. ①消… II. ①刘… III. ①消费经济学 - 研究 - 中国 IV. ①F126. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 182314 号

责任编辑: 马 兰

责任校对: 张长松

版式设计: 代小卫

技术编辑: 潘泽新

消费经济前沿理论研究

刘子兰 等著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京汉德鼎印刷有限公司印刷

季峰装订厂装订

880 × 1230 32 开 5. 25 印张 180000 字

2010 年 10 月第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 9917 - 9 定价: 18. 00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

总 序

湖南师范大学经济与管理学科源远流长。1938 年设立的公民训育学系就已经开设经济学、中国经济组织、国际政治经济、近代外国经济史等四门课程。新中国成立后，学校先后于 1953 年和 1960 年成立了政治经济学教研组与教研室。1992 年，著名经济学家、中国消费经济学的主要创始人之一尹世杰教授调入湖南师范大学工作，我校经济管理学科步入快速发展时期，他亲自创办的《消费经济》杂志也落户我校。1997 年，我校成立经济与管理学院，2003 年经济与管理学院更名为商学院。

目前，我校已开设经济学、金融学、国际经济与贸易、市场营销、人力资源管理、工商管理、电子商务、旅游管理、酒店管理、文化产业管理等 10 多个经济管理类本科专业，拥有产业经济学、政治经济学、西方经济学、人口、资源与环境经济学、区域经济学、企业管理、工商管理（MBA）、统计学、民商法学、经济法学等 20 余个经济管理类专业或相关专业硕士点；概率论与数理统计、运筹学与控制论等 5 个经济管理相关学科已拥有博士点，形成了博士、硕士、学士三级培养体系。改革开放以来，我校先后培养了包括陈东琪、魏后凯、杨开忠、梁琦、谭跃进、马超群等一大批活跃在经济与管理学界的著名中青年学者。

湖南师范大学商学院一直秉承“仁爱精勤”的校训精神，鼓励和支持教师在教书育人的同时，积极从事科学研究，通过科学研究提升教学水平，并把服务社会作为自己的重要使命。学院已

在消费与产业结构、金融保险理论、产业组织理论、区域经济发展战略、人力资源管理、企业理论、开放经济理论、教育经济管理等领域组建了精干的学术梯队，形成了较为稳定的研究方向。“十一五”以来，学院教师先后成功申报国家社会科学基金、国家自然科学基金等国家级课题 10 余项，在 SSCI、SCI、EI 源刊等国内外重要学术期刊发表论文数十篇。

在经济科学出版社的大力支持下，《湖南师范大学商学院经济管理理论丛》将陆续与广大读者见面，希望社会各界不吝赐教。

湖南师范大学商学院院长 刘子兰

2010 年 9 月

前 言

消费经济学是湖南师范大学商学院的传统和优势学科。1983年,上海人民出版社出版了尹世杰教授主编的《社会主义消费经济学》一书,被誉为“填补了我国经济科学的空白”、“开拓了经济理论研究的新领域”,获得1985年首届孙冶方经济科学奖,标志着中国消费经济学的创立。此后,尹世杰教授先后主持并完成了“六五”国家社会科学基金项目《中国消费结构研究》、“七五”、“八五”国家社会科学基金项目《中国消费模式研究》等一系列重要课题,出版专著10余部,发表学术论文300多篇。近年来,尹世杰教授将研究领域由经济消费拓展到文化消费,提出了精神文化消费、消费文化的新概念,强调文化教育是第一消费力,倡导建立消费文化学,研究探讨消费文化的形成、变化、发展规律。作为中国消费经济学的主要开拓者和创始人之一,88岁高龄的尹世杰教授迄今仍坚守在教学科研第一线,积极培养年轻学者和认真指导研究生,不断将消费经济学的研究领域进行拓展和深化,《消费经济前沿理论研究》一书就是在尹世杰教授的亲自指导下完成的。

随着消费理论的发展和研究方法的改进,养老保险与居民消费关系的研究不断深入。自菲尔德斯坦提出扩展的生命周期模型以来,养老保险与消费关系的研究备受关注,不少学者提出了新的理论来解释居民的消费行为,如预防性储蓄、遗产动机、流动性约束、消费的过度敏感性、有限理性、拇指法则等。各国学者

分别运用总量数据、家计调查数据以及参数赋值模拟方法进行实证分析,试图定量揭示养老保险与居民消费的关系。本书第1章系统梳理了针对养老保险与居民消费关系的研究进展,并进行了简要评述。本章利用2008年中国健康与养老追踪调查(China Health and Retirement Longitudinal Study, CHARLS)数据对居民消费的影响因素进行了研究,重点考察了养老保险制度对居民消费支出的影响。研究对象被划分为工作者家庭和退休者家庭两个样本,分别对其消费影响因素进行了研究。研究表明,养老保险的类型和保障水平对居民消费有一定的影响;同时,养老保险对退休者家庭和工作者家庭有着不同的影响。研究还发现,生命周期阶段、家庭资产、房产价值均对工作家庭的食物支出和日常消费支出具有显著的影响,而已退休家庭这一影响并不显著。

第2章首先对消费与经济增长关系的相关文献进行了梳理和述评。由于消费可以通过对投资、出口、产业结构等中间变量产生影响促进经济增长,本章主要研究从消费、投资、出口、产业结构等方面来研究经济增长。对消费、投资、出口与经济增长关系的现状进行了描述性统计分析;然后,利用H-P滤波法来研究消费、投资、出口的周期变动与经济增长周期变动之间关系。研究表明,在1978~2008年间我国经济增长大致分为3个周期,1978~1988年为第一个周期,1989~1996年为第二个周期,1997~2008年为第三个周期。我国经济周期的波动主要由投资波动引起的,出口波动对经济增长的波动产生了明显的滞后效应。相对于投资和出口来说,消费波动对经济增长波动的影响较小。接着,分别以3个周期为样本,将最终消费分解为城镇居民消费、农村居民消费和政府消费,利用偏最小二乘法(PLS)研究投资、城镇居民消费、农村居民消费、政府消费、出口和产业结构对经济增长的贡献。研究表明,投资、出口、农村居民消费

的产出弹性有上升的趋势，城镇居民消费和政府消费的产出弹性先上升后下降，产业结构对经济增长的影响呈现下降的趋势。因此，农村居民消费需求不足和产业结构不合理已成为制约中国经济发展的主要瓶颈，扩大农村居民的消费需求和调整产业结构已成当务之急。最后，根据实证分析的结果提出相关政策建议。

第3章介绍了消费者信用评估研究的主要进展。早期的消费者信用评估研究多局限于对模型的设计，而近期学者们则将其视为集数据预处理、指标体系筛选、模型设计为一体的系统来进行研究。一些具有金融学理论基础的统计学和计算机学者们将统计学、数据挖掘、机器学习等领域的最新成果应用于消费者信用评估研究的各个环节，使其得到了快速而全面的发展。

21世纪以来，消费者信用评估研究取得不少重大进展。多重填补法取代删除法和简单填补法成为信用数据缺失填补的首选；在拒绝推断方面，Heckman两阶段法为拒绝偏差纠正开辟了新的研究途径；机器学习领域的特征选择方法为信用评估指标体系的筛选提供了新的定量方法；支持向量机被认为在信用评估建模领域良好的应用前景；组合模型则被公认为在提高信用评估模型有效性方面发展潜力较大。可以说，消费者信用评估已经逐渐形成了一套完整的理论体系。尽管如此，消费者信用评估的研究仍然还有许多工作有待深入。例如目前的信用评估模型的预测精度仍然不令人满意；神经网络和支持向量机模型的解释性尚未得到解决；组合模型中对单分类器及组合方法的选择并无一致的结论等。另外，将消费者信用评估的目标由客户违约率最小化转为企业利润最大化则是消费者信用评估的未来发展方向。

消费者信用评估是建设社会信用体系的重要环节，其预测精度和有效性直接关系到信贷机构的损益和金融市场的繁荣。第4章首先介绍了基于信息增益比的信用评估指标选择方法；其次设

计了4种不同结构的组合模型,分别是:SVM-LDA组合信用评估模型、基于boosting的决策树集成信用评估模型、基于多分类器组合的信用评估模型和基于支持向量机集成的信用评估模型。在对这些模型的基本原理进行阐述之后,本章采用Matlab7.0、Weka3.7、Libsvm等工具,在德国和澳大利亚两个公开信用卡数据集上对模型的有效性进行了检验。由于消费信贷的平均利润损失和平均坏账损失很难估计,因此,作者采用ROC(Reciever Operation Characteristic)分析来度量模型的预测精度。另外,本章采用了五折交叉验证来降低随机抽样对模型有效性度量的影响。实验结果表明,组合信用评估模型能充分利用基分类器所提供的预测信息,有效地提高模型分类精度并具有较高的稳定性,同时还在一定程度上降低模型对专家知识的依赖性,在消费者信用评估领域有良好的应用前景。

随着知识经济的来临,产业结构的进一步调整,组织对可产生高附加值的专业技术人员的需求相当大,吸引和保留人才显得极为重要。在竞争对手争相招聘相同的求职者时,雇主品牌会对求职意向产生重要影响。尽管雇主品牌实践越来越受欢迎,并受到国内不少学者的关注,但关于雇主品牌对企业绩效影响的实证研究并不充分。雇主品牌在实践者中的流行和对其学术研究的缺乏给管理学者提出了挑战。

第5章从品牌角度和招聘角度探讨了雇主品牌的内涵,接着对雇主品牌与上市公司财务绩效之间的关系进行了实证研究,最后讨论了当前雇主品牌建设存在的问题与对策。

第6章主要讨论了消费伦理问题。对西方消费伦理思想有必要从“古希腊罗马的消费伦理思想”、“禁欲苦行与贪婪攫取的并行”和“享乐主义伦理的滥觞”三个方面来进行分析和阐述。从古希腊快乐主义发展到制欲主义,经过漫长的中世纪幽暗的禁

欲主义，再到今天享乐主义、物质主义的盛行，人们对消费生活的理解和认识在不断地深入。而不同的物质经济基础、道德文化传统、历史文明进程使得中西方消费伦理尽管有着诸多共同点，但仍然呈现出旨趣各异的理论特色。在中国，“俭”，历来被古代思想家视为重要的德目之一。黜奢崇俭代表了古代消费伦理的基本思维路向，对中华民族之勤劳简朴，自强不息、义以为上、安贫乐道等生活性格之塑造有着深刻且深远的影响。事实上，作为生活方式的消费，对它的看法涉及一个民族价值观内在和深层的基础，它与人的信仰、追求、需要和欲望密切相关，反映着人对生活本真意义的理解。我们可以从三个方面来比较中西消费伦理思想，这就是“思维方式”、“人生理想”及“发展历程”。在梳理西方消费伦理演变轨迹的基础上，理解中西消费伦理文化的差异，探究某些具有普遍意义的道德观念和规律，揭示它们对现代消费生活可能产生的精神意义，可以为我们建立新型消费伦理、构建和谐社会提供可资利用的道德文化资源。

本书由6位作者共同完成，各章分工如下：第1章：刘子兰、陈梦真；第2章：张治觉；第3章、第4章：向晖；第5章：肖翔；第6章：徐新。

本书的出版得到产业经济学省级重点学科建设项目的资助。

刘子兰

2010年9月

目 录

第1章 养老保险与居民消费关系研究	1
1.1 养老保险与居民消费关系研究进展	1
1.1.1 基于总量数据的实证分析	1
1.1.2 基于家计数据的实证分析	5
1.1.3 模拟数据的实证分析	8
1.2 扩展的 OLG 模型	10
1.2.1 动态均衡系统	11
1.2.2 比较静态分析	12
1.3 养老保险与居民消费关系的实证分析	13
1.3.1 数据来源	13
1.3.2 回归分析	14
1.3.3 结语	19
第2章 消费、投资、出口和经济增长关系的理论和实证研究	22
2.1 引言	22

2.1.1	国外研究动态	23
2.1.2	国内研究动态	24
2.1.3	国内外研究述评	27
2.2	我国消费、投资、出口与经济增长关系的 实证分析	29
2.2.1	我国消费、投资、出口与经济增长关系的现状分析	29
2.2.2	消费、投资、出口和经济增长的周期性及其相互 关系的分析	36
2.2.3	消费、投资、出口对经济增长的贡献——基于偏 最小二乘法的分析	40
2.3	实现消费、投资、出口协调拉动经济增长的 政策建议	46
2.3.1	扩大农村居民消费需求	46
2.3.2	调整产业结构	47
2.3.3	优化出口商品结构	48
2.3.4	调整优化投资结构	48
第3章	消费者信用评估研究及其发展	51
3.1	研究背景及意义	51
3.2	国内外研究文献综述	52
3.2.1	信用评估中的数据预处理	53
3.2.2	消费者信用评估模型设计新成果	57
3.2.3	简评	60
第4章	消费者信用评估组合模型设计与应用	62
4.1	消费者信用评估中的数据准备	62
4.1.1	信用数据描述及预处理	62

4.1.2 基于信息增益比的指标体系选择方法	63
4.2 消费者信用评估组合模型设计与应用	66
4.2.1 SVM-LDA 组合信用评估模型	67
4.2.2 基于 Boosting 的决策树集成信用评估模型	72
4.2.3 基于多分类器组合的信用评估模型	77
4.2.4 基于支持向量机集成的信用评估模型	83
 第5章 雇主品牌对上市公司财务绩效影响的实证研究	90
5.1 引言	90
5.2 理论与假设	91
5.2.1 雇主品牌	91
5.2.2 雇主品牌与财务绩效	94
5.2.3 行业因素的调节作用	96
5.3 方法	98
5.3.1 样本来源与选取	98
5.3.2 变量选择	99
5.4 结果	102
5.5 讨论	103
5.5.1 雇主品牌建设存在的问题	105
5.5.2 雇主品牌建设与管理改进	106
 第6章 消费伦理：西方流变脉络与中西比较研究	114
6.1 西方消费伦理之流变脉络	115
6.1.1 古希腊罗马的消费伦理思想	115
6.1.2 禁欲苦行与贪婪攫取的并行	121
6.1.3 享乐主义和物质主义的滥觞	131
6.2 中西消费伦理思想比较	137

6.2.1	思维方式的差异	140
6.2.2	人生理想的差异	144
6.2.3	发展历程的差异	148

第 1 章

养老保险与居民消费关系研究

1.1

养老保险与居民消费关系研究进展

近年来,我国储蓄率居高不下,消费需求增长乏力,如何扩大居民消费需求成为实现国民经济持续稳定增长的关键。美国学者最先开始关注养老保险制度对人们整个生命周期消费的影响,而不仅仅是对老年消费的影响。通过研究社会保障、特别是养老保险与消费的关系,可以找到扩大居民消费的有效途径。基于不同国家的制度背景,各国学者分别运用总量数据、家计调查数据以及参数赋值模拟方法进行实证分析,试图揭示养老保险与居民消费的关系。

1.1.1 基于总量数据的实证分析

Feldstein (1974) 在传统生命周期模型的基础上提出了扩展

的生命周期理论，并在这一理论框架下进行了之后的一系列经验研究。他在分析时使用了美国 1929 ~ 1971 年的总时间序列数据，并对战后 1947 ~ 1971 年的数据进行了单独分析。虽然其目的是证明养老保险对储蓄的影响，但其实证模型是以消费者支出为因变量的消费函数，Hubbard (1985) 称该篇论文是研究养老保险制度对整个生命周期消费影响的奠基之作。Feldstein 的实证结果表明，养老保险较大幅度提高了居民消费水平。Feldstein 还强调，不仅在生命周期消费模型中应当考虑养老金财富 (Social Security Wealth) 的影响，而且在检验其他有关消费行为的假说时，也应当考虑到社养老金财富变量。

Barro (1974) 在传统的 OLG 模型中引入了利他主义的遗产动机。他认为，父母会出于利他主义动机而选择留下遗产以提高其子女的生活水平。养老保险制度虽然会使老年人获得更多的收入，即来自年轻人的转移支付，但由于他们的子女将为此缴纳社会保障税 (Social Security Tax)，使得可支配收入减少。因此，老年人又将留下更多的遗产以弥补子女的损失，从而会抵消部分甚至全部来自养老保险制度的转移支付。Barro 的研究表明，养老保险几乎不会影响到个人消费。

此外，利用 16 个工业化国家 1951 ~ 1960 年的消费者支出数据，Barro (1979) 运用生命周期模型检验了社保水平对消费支出的影响。通过构建一个简单的消费者支出线性模型，其实证结果表明，养老保险对消费的影响不确定，即从时间序列来分析，养老保险对消费者支出具有正效应，而截面分析却显示养老保险对消费者支出存在负效应。

根据标准的生命周期假说和理性预期假说，通过构造实证模型，Wilcox (1989) 分析了 1965 ~ 1985 年美国养老金给付水平的变化对总消费支出的影响。他的实证分析表明，养老金给付水

平的改变与总消费的改变之间有着显著的相关性,养老金增加10%将使总零售额增加1.4%,使耐用品销售额增加3%,但对非耐用品销售额的影响很小。此后,作者又在模型中加入虚拟变量并利用个人消费支出(PCE)数据分别进行实证检验,均得到相似的结论。

利用荷兰1957~1986年的总时间序列数据,Wouter Zant(1988)实证检验了养老保险与总消费水平的关系。他改进了养老金财富的计算方法,如针对不同的年龄及其寿命预期分别进行养老金财富值的估计、不同的时期和年龄采用不同的贴现率等。其研究结果显示,养老社会保险财富值显著影响消费水平,相关系数在0.11~0.16之间。Wouter Zant进一步分析了养老金财富值显著影响消费水平的原因:首先,荷兰的社会保障水平较高,养老金财富是居民财富很重要的一部分;其次,荷兰的退休年龄严格限制于65岁,相对于Feldstein的研究,荷兰养老社会保险的引致退休效应远小于资产替代效应。

在英国,房产价值和养老金财富值是影响个人消费和退休行为的两个重要因素。Blake(2004)利用英国1948~1994年的数据,实证研究了人们拥有的各种财富值对其消费和退休行为的影响。Blake认为,在资本市场不完美的情况下,不同的财富值应当对消费有不同的影响,所以他将私人财富细分为八类,包括金融资产、房产、耐用品总价值、国家基本养老金(Basic State Pension Wealth)、国家收入关联养老金(State Earning-Related Pension Scheme, SERPS)、企业年金、私人养老金、人力资本价值,然后实证分析各种财富在当期和前一期的价值以及各种财富在当期和前一期的回报率对消费的影响,并考虑了一些其他可能影响到消费的变量,如可支配收入、抚养比、失业率、预期寿命、通货膨胀导致的资产损失、企业年金的基金盈余等。实证