

婚房贷款导致了农村家庭消费粘性吗? ——基于扩展 OLG 模型的检验

缪俊杰

南京农业大学, 中国·江苏 南京 210095

摘要: 在社会经济发展中, 农村家庭展现出独特的消费粘性现象, 即消费水平未随收入增长同步提升, 消费率增长率趋于稳定。通过扩展的世代交叠 (OLG) 模型分析, 发现高昂的婚房贷款成为抑制农村家庭消费增长的关键因素, 削弱了收入增长对消费的正面效应, 导致消费粘性形成。同时, 受贝克尔时间偏好理论影响, 偏好男孩或已有男孩的家庭在房贷压力下, 更倾向于减少当前消费以备未来所需, 这进一步加剧了消费粘性现象。

关键词: 农村家庭消费; 消费粘性; 房贷; OLG 模型

Does the Marriage Housing Loan Lead to the Consumption Stickiness of Rural Households? — Verification Based on the Extended OLG Model

Junjie Miao

Agricultural University of Nanjing, Nanjing, Jiangsu, 210095, China

Abstract: In socio-economic development, rural households exhibit a unique phenomenon of consumption stickiness, where consumption levels do not increase in tandem with income growth, and the growth rate of the consumption rate tends to stabilize. Analysis through an extended Overlapping Generations (OLG) model reveals that high marriage housing loans have become a key factor inhibiting the growth of consumption among rural households, weakening the positive effect of income growth on consumption and leading to the formation of consumption stickiness. Meanwhile, influenced by Becker's theory of time preference, families that prefer boys or already have boys are more inclined to reduce current consumption to prepare for future needs under the pressure of housing loans, further exacerbating the phenomenon of consumption stickiness.

Keywords: rural household consumption; consumption stickiness; mortgage; OLG model

0 前言

在当下经济发展的格局中, 挖掘农村消费潜力已然成为拉动居民消费、助力经济增长的关键一环。这一目标的实现, 一方面仰仗着农民收入的持续稳步增长, 另一方面则需着力消除那些阻碍消费增长的不利因素。自 21 世纪伊始, 中国农村家庭人均可支配收入呈现出逐年攀升的良好态势, 且增长率颇为可观。但与之形成鲜明对比的是, 农村家庭的消费却并未如预期那般与收入增长保持同步, 反而呈现出显著的总体消费粘性特征。此处所提及的农村家庭消费粘性, 与西方主流经济学中因习惯形成且随时间变化的消费粘性概念截然不同。它具体表现为农村家庭的消费未能伴随收入的增长而相应变化, 其消费率增长率在时间序列上始终围绕着零值上下波动, 难有显著且稳定的提升趋势。国外学者主要聚焦于分析由习惯形成所导致的消费粘性现象。例如, Carroll (2011) 针对经合组织 (OECD) 成员国的情况进行了深入的实证分析。相比之下, 中国学者大多遵循习惯形成影响消费粘性的理论框架展开研究。骆祚炎 (2011) 引入了相关概念, 用以剖析城镇居民的财富效应; 石明明与刘向东 (2015) 则从空间维度与消费粘性视角出发, 探讨了中国低

消费率之谜。然而, 相关文献对于因消费与收入增长不同步所形成的消费粘性现象, 却关注甚少。论文聚焦婚房贷款对农村家庭消费的影响, 深入探究农村家庭消费未能随收入增长同步提升的消费粘性现象, 并集中分析婚房贷款对农村家庭消费滞后现象的潜在影响机制, 以期为解决农村消费问题提供有益的思路和参考依据。

1 理论分析

婚姻匹配中的彩礼和嫁妆现象, 反映了城乡婚姻契约的演变, 其中嫁妆的出现象征着向复杂社会结构的迈进, 在阶级社会体系中尤为常见, 而彩礼则与传统农业社会紧密相连, 被视作对女方父母养育与付出的补偿形式。二者之所以受到国内外学术界的广泛关注, 关键在于其涉及的财产规模足以对代际和家庭间的财富分配格局产生重大影响。在中国农村, 彩礼和嫁妆并存, 但嫁妆往往通过彩礼的形式间接由男方家庭支出, 因此彩礼构成了农村婚姻支付的核心要素。自 20 世纪 80 年代起, 农村彩礼金额持续攀升, 高价彩礼现象日益显著, 特别是 2000 年之后, 这一趋势愈发加快, “婚配竞争” 概念逐渐进入大众视野, 婚房、婚车等“隐性

彩礼”成为婚姻竞争中的关键要素。对此,从人口结构、经济发展以及社会文化等多个维度进行分析,有理由认为经济不平等与性别失衡提升了女性在婚姻市场中的谈判地位。起初,婚姻成本问题主要在社会学范畴内被探讨,近年来,其研究领域逐渐拓展至经济学及交叉学科领域,部分学者开始从经济视角审视婚配竞争对农村家庭贫困状况的影响,并对因婚致贫的内在机制展开理论与实证研究。根据消费理论,在婚配竞争中购置房产、车辆等大宗消费,不仅会导致家庭财富缩水或背负债务,还会在一定程度上增强农村家庭的储蓄意愿。

住房问题在中国经济领域中占据着举足轻重的地位,而在当下日益激烈的婚配竞争浪潮中,“婚房竞争”之风愈演愈烈,这种不良社会现象所带来的负面效应往往会最先波及社会中的弱势群体。特别是在广袤的农村地区,婚姻市场价格呈现出持续上扬的趋势。自 2000 年以来,以婚房、汽车等为代表的隐性彩礼逐渐演变为婚姻契约中的刚性需求。在此过程中,婚房竞争对本地及周边地区的房价都产生了显著的正向推动作用,房贷利率也随之节节攀升,进而成为农村家庭消费增长中不可小觑的抑制性因素。高额的婚房贷款给农村家庭套上了沉重的经济枷锁,不仅严重阻碍了农村消费潜力的释放,甚至在某些情况下成为部分家庭陷入贫困的深层次根源。鉴于此,论文通过构建扩展的世代交叠(OLG)模型,选取婚房贷款作为评估婚配成本的核心指标,对婚房贷款给农村家庭消费水平带来的影响展开深入检验,全力探寻房贷与农村家庭消费粘性之间的内在关联。

2 农村家庭消费的扩展 OLG 模型

婚房贷款影响农村家庭消费的途径主要有两条:其一为“负债效应”。当房贷杠杆率过高时,家庭面临着较大的偿债压力以及由此产生的流动性约束,这会对家庭消费产生负面作用,使得婚房负债挤出了家庭消费。其二是“时间偏好效应”。由于适婚青年性别结构存在严重的失衡状况,从第七次人口普查数据来看,20~40 岁适婚男性比女性多出 1752 万,这导致“无房不嫁”的现象愈发普遍,“婚房竞争”主要由男方家庭承担。在探讨农村家庭消费行为与婚房贷款关系的过程中,论文基于贝克尔的时间偏好理论,提出猜想如下:那些预期未来支出需求较高的家庭,由于强烈的预防性储蓄动机,往往更倾向于重视未来消费,从而愿意牺牲当前的消费以满足未来的需求。特别是在那些存在男孩偏好或已育有儿子的家庭中,这种倾向尤为明显,他们更倾向于减少当前的消费开支。

为了更全面地揭示婚房贷款对农村家庭消费行为的详细作用,论文在 OLG 模型框架内进行扩展,纳入了两个关键变量:住房贷款负担与时间偏好。住房贷款负担的纳入,旨在细致剖析其对农村家庭消费产生的挤出效应;而跨期偏好的引入,则是为了探讨在连续的时间演变中,预期的婚

姻支出如何对农村家庭(特别是依据子女类别差异)的消费激励与行为模式产生潜在影响。在跨期偏好的设定方面,论文摒弃了传统的一致性偏好理论,转而采用了贝克尔的经典时间贴现率,以更精确地描绘家庭在时间偏好上的差异性特征。

论文设定农村家庭消费者的生命周期包含两个阶段:青年阶段与老年阶段,且假定个人起始财富为零。在青年阶段,个体依靠劳动获取收入,并据此做出消费与储蓄的决策(为了确保老年阶段的生活需求,预设储蓄量为正)。步入老年阶段后,消费者则依赖青年时期积累的储蓄及其滋生的利息来满足消费需求。此外,论文还设定借贷活动仅限于青年阶段,且所有贷款必须在进入老年阶段前全额清偿。基于上述一系列假定,构建一个针对农村家庭典型消费者的扩展世代交叠(OLG)模型,其数学表达形式具体表述如下:

$$c_t = y_t - s_t - (1 - \alpha)d_t$$

$$c_{t+1} = (1 + r_{t+1})[y_t - c_t - (1 - \alpha)d_t]$$

其中, y_t 、 c_t 、 s_t 分别为青年时所获得的收入以及所进行的消费与储蓄行为, d_t 、 α 分别为婚房贷款负债及其借贷利率, c_{t+1} 为老年期消费, r_{t+1} 为实际利率。整理上述表达式,可以得到消费者的预算约束条件:

$$c_t + (1 + r_{t+1})^{-1}c_{t+1} + (1 + \alpha)d_t = y_t$$

此外,论文采用 CRRA 效用函数形式来描述消费者的效用,该效用函数考虑了青年期消费、老年期消费以及婚房贷款负债对消费者效用的影响。表示为:

$$U = (1 - \theta)^{-1}\{c_t^{1-\theta} + \beta c_{t+1}^{1-\theta} - [(1 + \alpha)d_t]^{1-\theta}\}$$

其中, θ 为相对风险规避系数, β 为时间贴现因子,依据贝克尔的学说,家庭若预期支出较高,会更加重视未来消费,进而使得 β 的数值增大。特别是在那些偏好男孩或已拥有男孩的家庭里,鉴于未来可能承担的更高住房成本,他们的值会更为显著地增大。通过构造拉格朗日函数并求解效用最大化的当期消费,可以得到一个关于当期消费的表达式,该表达式是青年期收入 y_t 、婚房贷款负债 d_t 、时间贴现因子 β 、实际利率 r_{t+1} 以及相对风险规避系数 θ 的函数:

$$c_t = \frac{1}{1 + \beta^\theta(1 + r_{t+1})^{\frac{1-\theta}{\theta}}}[y_t - (1 + \alpha)d_t]$$

进一步简化,得:

$$c_t = f(\beta)[y_t - (1 + \alpha)d_t]$$

$$f(\beta) = \frac{1}{1 + \beta^\theta(1 + r_{t+1})^{\frac{1-\theta}{\theta}}}$$

其中, $f(\beta)$ 为 β 的单调减函数, $f'(\beta) < 0$ 。该表达式清晰地展示了时间贴现因子 β 对当期消费的影响:随着 β 的增大(即家庭对未来消费的重视程度增加),当期消费 c_t 将减少。

由此可知,农村家庭在某一时期的消费金额 c_t ,受到房贷负债 d_t 和时间贴现因子 β 的双重负向影响:房贷负债增加或时间贴现因子增大时,当期消费金额会相应减少。基于农村家庭消费的扩展 OLG 模型分析,可以得出以下两个

核心结论:

结论一: 房贷负债对农村家庭消费具有显著的负面作用。具体而言, 房贷负债规模的扩大会加剧对农村家庭消费水平的抑制作用, 这种效应被称为婚房贷款的负债效应, 它直观展现了房贷压力如何限制农村家庭的消费能力。

结论二: 时间贴现因子同样对农村家庭消费产生负面影响。在考量时间价值的情况下, 尤其是对于那些有男孩偏好或已育有男孩的农村家庭, 他们因预期未来高价住房的成本而倾向于采取预防性储蓄措施, 从而压缩当前的消费开支。这种由时间贴现因子引发的消费减少现象, 体现了婚房贷款的时间偏好效应, 即家庭为了未来更大的支出(如儿子的住房)而牺牲当前的消费。

3 政策建议

论文聚焦于农村家庭消费粘性这一独特概念, 该概念与基于习惯形成的传统消费粘性存在本质区别。以此为出发点, 文章深度剖析了农村家庭收入与消费之间的复杂关联, 并采用了严谨的理论分析和实证检验方法。具体而言, 通过构建一个包含婚房贷款因素的扩展世代交叠(OLG)模型, 用以探索农村家庭消费粘性的内在机制。从负债效应和时间偏好效应两个维度, 详细考察了婚房贷款对农村家庭消费粘性的具体影响。研究结果显示, 婚房贷款通过其负债效应和时间偏好效应, 对农村家庭消费产生了显著的挤出作用, 从而加剧了农村家庭消费粘性的形成。基于这些理论和实证分析, 论文提出了一系列针对性的政策建议, 旨在缓解农村家庭消费粘性, 提升农村消费水平:

首先, 推动城乡经济协调发展, 缩小收入差距是关键。农村性别比例失衡导致的婚姻挤压现象, 使得婚配成本居高不下。鉴于人口政策调整非一朝一夕之功, 短期内难以有效平衡农村适婚人口性别比, 因此, 缩小城乡收入差距成为缓解婚姻挤压、降低婚配成本的可行之策。政府应大力扶持乡镇企业, 优化农村创业环境, 通过税收优惠、融资支持等政策吸引资金和人才流入农村。同时, 加强农村基础设施建设, 提升教育、医疗、金融等公共服务水平, 确保城乡协调发展, 为农村家庭创造更好的生活环境, 从而减轻婚房贷款等经济压力对农村家庭消费粘性的负面影响。

其次, 优化生育政策, 政府应制定和完善鼓励生育的政策, 如提供生育津贴、延长产假和陪产假等, 以减轻农村家庭在生育期间的经济负担。改善生育环境, 提供优质的托育服务: 政府应鼓励社会力量参与, 发展多种形式的托育服

务, 如公办托育机构、社区托育点等, 减轻农村家庭在育儿方面的负担。倡导科学、合理的生育观念: 通过媒体宣传、社会活动等方式, 引导农村家庭树立科学、合理的生育观念。在农村地区加强性别平等教育, 改变重男轻女的传统观念, 以平衡男女比例, 缓解农村婚姻挤压。

最后, 推进农村义务教育系统的革新, 旨在减轻农村家庭教育经济压力, 并推动城乡教育机会的均等化。政府需增强对农村教育的投资力度, 以提升教育质量, 并逐步缩小城乡教育之间的差距。通过提升农村人口的人力资本积累, 可以转变农村婚姻市场的价值评估模式, 从而遏制过度的婚配竞争态势。在农村婚姻领域内, 家庭将更倾向于关注男方的人力资本、经济能力及社会地位等综合素养, 而非仅仅侧重于婚房、车辆及彩礼等物质财富。此举有望促进农村男性劳动力的就业状况, 培养出具备全面素质的新时代农村男性, 进而引导女性择偶标准与婚配期望的转变, 对农村婚姻市场的价值评估体系产生积极影响。在新时代的城镇化与新农村建设进程中, 政府应持续推动城乡的协调发展, 确保教育机会的均等分配, 实现社会保障与公共服务资源的均衡供给, 为有效解决农村家庭消费粘性难题提供坚实的支持。

参考文献:

- [1] 吴璟.“婚房竞争”现象背后的逻辑解析——评《性别失配背景下婚配竞争对住房市场的影响研究》[J].经济问题,2023,526(6):2.
- [2] 李斌,郭明杰,张所地.婚姻匹配竞争是房价高涨的推手吗?——基于空间溢出视角的实证分析[J].东岳论丛,2022,43(11):148-164+192.
- [3] 柳清瑞,刘淑娜.高价彩礼对农村家庭消费的挤出效应——基于扩展OLG模型的实证检验[J].人口与经济,2020,242(5):87-102.
- [4] 骆祚炎.消费粘性约束下直接与累积的财富效应测度及其政策涵义——来自城镇居民1990—2009年的季度数据[J].中央财经大学学报,2011,292(12):85-90.
- [5] 石明明,刘向东.空间、消费黏性与中国低消费率之谜[J].中国人民大学学报,2015,29(3):46-56.
- [6] CARROLL C, SLACALEK J, SOMMER M. International evidence on sticky consumption growth[J]. Review of Economics and Statistics, 2011,93(4):1135-1145.

作者简介: 廖俊杰(2000-), 男, 中国江苏盐城人, 硕士, 从事农业经济理论与政策研究。