

中国城镇创业与非创业家庭消费差异分析^①

——基于微观调查数据的实证

徐佳¹ 韦欣²

(1. 对外经济贸易大学金融学院;

2. 北京大学习近平新时代中国特色社会主义思想研究院)

研究目标: 创业者的家庭消费结构和消费行为特征与消费差距测度。**研究方法:** 使用中国家庭追踪调查 (CFPS) 数据, 基于拓展基尼系数, 从消费差距角度讨论创业行为对个体经济福利的作用。**研究发现:** 创业行为有助于缩小高收入和低收入家庭的消费差距。就城镇居民而言, 创业家庭的消费特征与非创业家庭有显著差异, 但组间差异较小。创业家庭总消费差距更大, 其中生存性消费的差距更大, 而消费比例更小; 人际关系消费、炫耀性消费和保险消费的差距更小, 而消费比例更大。为降低家庭经济风险, 创业行为抑制创业需求外的消费需求, 并增加保险类消费需求。同时, 本文还发现降低炫耀性、享受性和人际关系消费比例, 或者提高生存性消费比例能改善差距状况。**研究创新:** 定量分析了创业行为对家庭消费结构和消费差距程度的影响, 测度了创业家庭与非创业家庭的消费差距。**研究价值:** 本文为消费不平等理论及创业行为研究提供了更多的经验证据, 为政府提升居民消费、改善创业环境、降低创业者的风险水平提供了理论依据, 同时对促进创业制度的完善和家庭创业决策提供参考。

关键词 消费差距 创业 拓展基尼系数

中图分类号 F015 **文献标识码** A

DOI:10.13653/j.cnki.jqte.2021.01.003

一、问题的提出

创新是引领发展的第一动力, 是建设现代化经济体系的战略支撑, 也是影响财富分布与社会流动的关键因素之一 (Quadrini, 1999; Sarasvathy, 2001,)。近年来, 我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段, 大众创业万众创新持续向更大范围、更高层次和更深程度推进, 创新创业与经济社会发展深度融合, 对推动新旧动能转换和经济结构升级、扩大就业和改善民生、实现机会公平和社会纵向流动发挥了重要作用, 为促进经济增长提供了有力支撑。2020年新冠疫情暴发, 进一步加大了就业压力, 使得就业形势更为严峻。在切实做好疫情防控的同时, 国家不断制定就业创业政策, 以积极推动经济发展, 推动创业孵化机构和创业企业有序复工, 继续保持创新创业活力, 力争实现逆势发展、更高质量发展。在国家

^① 本文获得国家自然科学基金青年项目 (项目编号: 72003029) 的资助, 感谢李明君同学的助研工作。通讯作者: 韦欣。

政策的扶持下,创业群体近年来快速积累,已成为我国社会的重要组成部分。《中国统计年鉴》的数据显示,截至2014年末,创业的人数从2008年的5776万人增加到了10584万人,增加的比例高达83%。实际上,我国经商创业的历史源远流长,《诗经·氓》中写道“氓之蚩蚩,抱布贸丝。匪来贸丝,来即我谋”,早在西周时期我国就已产生商业贸易。创业家庭作为一个贡献突出、规模庞大但地位特殊的经济群体,不仅是我国财富创造的重要主体,也是我国消费支出领域的中坚力量,因此对于创业群体消费支出行为的研究显得尤为重要。

创业行为基于经验选择或者机会识别行为,需要极大的资金投入,总体上促进了宏观经济的发展,也因此受到广泛关注(Shane, 2003)。学者们从心理学、行为学、经济学角度建立了有关创业的理论体系,包括创业动机的产生、创业选择的影响因素、创业者的人格和能力特点、创业生态体系的形成及其对宏观经济的影响等(蔡莉和单标安, 2013)。例如创业行为的产生需要创业者自身有较强的认知能力、较低的风险厌恶水平、开放性的性格和较强的控制力等(周洋和刘雪瑾, 2017)。流动性约束低、金融(包括非正规金融)可得性高、有政策性支持的地方更容易出现创业者,创业绩效也更优良。家庭环境也是影响创业行为的一大因素(时昱, 2017)。创业行为对宏观和微观经济均有重要影响,国内外已有大量的研究积累(张玉利等, 2008; 胡望斌等, 2014)。从宏观角度,高创业水平加剧价格竞争,提升产品多样性,有效拉动城镇居民的消费倾向(刘禹君和刘雅君, 2017),改变家庭收入结构,提高家庭财富积累(张龙耀等, 2013; 李晓艳, 2018),从而影响经济增长(Stel等, 2005)。然而家庭收入最终需要转化为消费才能真正使家庭受益,消费才是最终改善居民福利的结果(Hassett和Mathur, 2012; 刘毅, 2013),因此研究创业行为对家庭消费的影响有实际的经济含义。在预算约束收紧的条件下,创业者的经济决策具有明显的特点:其储蓄率高(Gentry和Hubbard, 2004),创业行为对家庭低风险和高风险资产的参与均有挤出效应,倾向于投资低风险资产以平衡创业行为带来的高风险;在不完善的金融制度下,虽然更高的企业家能力可降低初始资金的束缚,但资金约束仍是创业家庭面临的首要问题(Evans和Jovanovic, 1989),超前消费家庭初始禀赋会降低创业可能性,家庭消费倾向越高,创业概率越低(李孔岳等, 2019)。这些特点表明创业者对创业以外的支出很可能是风险厌恶的。

由于消费公平与收入公平相互影响,而消费公平是经济增长决定因素(赵成涛和李元旭, 2009),研究创业行为对消费差距的作用是对收入不平等研究的补充,也对政策制定具有参考价值。关于消费差距的讨论,国内外研究均表明收入差距和消费差距存在不同(Blundell等, 2008; Jappelli和Pistaferri, 2010)。研究显示国内样本的消费差距与收入不平等正相关,但二者的大小关系并不稳定。一般由于各种保障机制,如社会保障制度和贷款制度、社会关系网络、家庭储蓄,消费受暂时性冲击的影响比收入小,消费差距低于收入不平等(李涛和么海亮, 2013)。城乡消费差距除变化趋势不同外(曲兆鹏和赵忠, 2008; 谢邦昌和么海亮, 2013),差距的影响因素也不同:老龄化对农村居民消费差距影响很小(曲兆鹏和赵忠, 2008),但对城镇居民消费差距存在较强的代际差异(余玲铮, 2015)。需要指出的是,消费差距对经济发展有积极的影响:低消费差距并不代表好的经济信号,如美国大萧条时期消费差距很小(Attanasio和Pistaferri, 2014),有著名的“节俭悖论”;拥有最高消费水平的家庭增加消费虽然增大了消费差距,但高消费推动经济增长,实现了收入再分配。过高的消费差距可能蕴含着中低消费水平家庭的消费不足,比如过高的教育消费的差距可能会造成负面的马太效应,增加阶级固化的可能性;过高的医疗健康消费的差距增加了局部患病概率;以上这些消费差距可能最终会引起低消费群体的不满,带来社会危机(陈志

武, 2018)。

关于创业和消费的讨论, 现有研究通常将有关消费的变量(如消费倾向、消费环境、消费结构)作为创业的前因变量进行讨论, 或者以宏观视角讨论创业对消费需求的拉动作用, 少有研究从微观家庭角度探讨创业行为对创业者自身福利水平的影响。结合前人对创业行为和消费差距的研究, 本文选择城镇家庭作为研究对象, 对比分析创业家庭和非创业家庭的消费结构和消费差距, 并关注不同收入水平家庭消费差距的差异及其影响因素。实证分析结果表明, 就城镇居民而言, 创业家庭的消费特征与非创业家庭有显著差异, 但组间差异较小。创业家庭总消费差距更大, 其中生存性消费的差距更大, 而消费比例更小; 人际关系消费、炫耀性消费和保险消费的差距更小, 而消费比例更大。为降低家庭经济风险, 创业行为抑制创业需求外的消费需求, 并增加保险类消费需求。同时, 本文还发现降低炫耀性、享受性和人际关系消费比例, 或者提高生存性消费比例能改善差距状况。本文的主要贡献: 一是定量分析了创业行为对家庭消费结构和消费差距程度的影响, 测度了创业家庭与非创业家庭的消费差距; 二是定量刻画了创业家庭与非创业家庭消费行为的时间趋势特征; 三是为消费理论及创业家庭研究提供了更多的经验证据, 为政府提升居民消费、改善创业环境、降低创业者的风险水平提供了理论依据, 同时对创业制度的完善和家庭创业决策提供参考。

二、模型设定和数据处理

1. 模型设定

消费差距的比较不仅取决于真实情况, 还受测度方法的影响。以往的测度方法分为一般描述统计法(如分位数之比、极差和相对平均离差、方差和变异系数等)、集中测度法(如与洛伦兹曲线相关的指数、广义熵指数等)、与社会福利函数相结合的方法(如阿特金森指数等)以及近期提出的多维测度法(即综合多个变量多个角度分析差距情况)。每个方法都有其特点和局限性, 本文共选择八种性质优良的方法进行测度(如表 1^①所示, 表中部分性质为简称^②)。

2. 数据处理

中国家庭追踪调查(CFPS, China Family Panel Studies)是由北京大学中国社会科学调查中心实践的一项全国性社会跟踪调查项目, 自 2010 年正式开始调查和追访, 其样本具有覆盖地区范围广、追踪调查、样本量充足和问卷内容详尽的特点。本文选取了 CFPS2012 年至 2016 年的家庭问卷调查结果进行消费差距问题的探究。

中国家庭追踪调查自 2012 年起在问卷中将家庭收入分类标准化, 分别为工资性收入、经营性收入和转移支付收入。首先考虑到个体经营和私营企业的资产均为自然人拥有, 本文以“过去一年, 您家是否有家庭成员从事个体经营或开办私营企业”判断家庭是否存在经营性收入, 以此作为创业家庭的划分标准。其次, 由于城镇和乡村间在消费水平、消费结构、创业选

① 公式中, x_i 代表单个变量的值, μ 为变量平均值, n 为变量个数, p 为累积变量份额, $L(p)$ 为洛伦兹曲线。

② 可分解性: 指标可以按组群或要素进行分解。“转移敏感”即“位置转移敏感性”, 指当变量排序不变时, 比高低值范围处, 在低值范围处发生的高值变量向低值变量的转移能够使差距下降更多。“庇古”即“庇古—道尔顿转移原则”, 指当变量排序不变时, 高值变量向低值变量的转移能缩小差距。“相对收入”即“相对收入原则”, 指变量成比例的变动不会影响指标大小。“道尔顿”即“道尔顿人口原则”, 指当有既定收入的人口数量成倍变化不会影响指标大小。“标准化”即“严标准化”, 指当指标的取值范围严格为 $[0, 1]$ 。匿名性: 指标的大小与对象的特征无关。

消费差距常用测度方法

指标	公式	含义	备注	匿名性	标准化	道尔顿	相对收入	庇古	转移敏感	可分解性
分位数之比	$\frac{P_{50}}{P_{10}} \text{ or } \frac{P_{90}}{P_{50}}$	50%分位数与10%分位数之比、90%分位数与50%分位数之比和90%分位数与10%分位数之比	仅利用有限样本点的信息, 遗失了大量样本信息	Y	N	Y	Y	Y	N	N
相对平均离差	$\frac{\sum_{i=1}^n \chi_i - \mu }{2n\mu}$ revised $\frac{1}{2} \frac{\sum_{i=1}^n \chi_i - \mu }{n-1} \chi_i^{-\frac{1}{n}}$	绝对误差的均值占总体均值的比重	Cowell 的修正让该指标标准化	Y	Y	Y	Y	N	N	N
变异系数	$\frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n (\chi_i - \mu)^2 / n}}{\mu}$	去除方差受绝对收入水平影响的缺点	受收入分布的影响大: 即使只有一点大幅偏离总体, 剩余变量均相等, 也认为比起平均分布差距更大	Y	N	Y	Y	Y	N	N
基尼系数	$\int_0^1 (p-L(p)) CO_G(p) dp, CO_G(p) = 2$	以洛伦兹曲线为基础: 绝对公平线(45°线)与洛伦兹曲线间的面积占绝对公平线与横轴面积之比	对居中变量的变化敏感, 对极端值的变化不敏感	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y
Zenga 指数	$\int_0^1 (p-L(p)) CO_Z(p) dp, CO_Z(p) = (p(1-L(p)))^{-1}$	各变量都将总体分为高值和低值两部分, 点差距为高值组算术均值和低值组算术均值的相对偏差, Zenga 指数为点差距的加权均值	权重是增函数和减函数的乘积, 考虑大多数人向高值变量流动的愿望	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
堪培拉指数	$\int_0^1 (p-L(p)) CO_C(p) dp, CO_C(p) = (p(1-L(p)))^{-1}$	升序排列的前 i 个变量的均值与总体变量均值之间相对差距的平均值	权重随变量值增加而递减, 故对低变量值的变化更敏感	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
对数偏差均值指数 (MLD)	$\frac{1}{n} \sum_{i=1}^k \log\left(\frac{\chi_i}{\bar{X}_i}\right)$	在广义熵指数中 α 趋近于 0	也称泰尔熵 L 指数或泰尔零阶指数, 对低值变量值变化敏感	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
泰尔指数	$\frac{1}{n} \sum_{i=1}^k \frac{\chi_i}{\bar{X}_i} \log\left(\frac{\chi_i}{\bar{X}_i}\right)$	在广义熵指数中 α 趋近于 1	优良的可分解性, 可以衡量组内和组间差距对总差距的贡献, 对高值变量值变化敏感	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y

择上存在明显差异, 本文仅讨论城镇创业和非创业家庭的消费差距, 避免夸大创业行为造成的消费差距或者错判创业家庭的消费特异性。最后, 为减少因受访者瞒报造成的错误估计, 本文删除了所有在消费支出上拒绝回答的家庭, 同时, 将所有缺失的收入和支出变量以 CFPS 自行估算的调整值替代, 并删除所有总消费为零的异常值, 减少预估的消费差距和实际情况的偏离。本文采用中国国家统计局公布的城镇居民消费价格指数, 以 2016 年全国价格水平为标准调整省份和年度数据, 使数据具备可比性。最终剩余家庭数量和总体回答可靠程度如表 2 所示, 样本总体可靠程度较高, 样本数量比较充足。

表 2 样本概况

调查年份	剔除率 (%)	剔除后家庭数	创业家庭比例 (%)	回答可靠程度 (最小为 1, 最大为 7)			
				对调查的兴趣	回答可信度	对调查的疑虑	急于结束调查的程度
2012	2.75	5967	11.60	4.95	2.34	5.47	2.22
2014	7.15	6340	11.67	5.45	2.35	5.76	2.37
2016	4.21	6617	12.63	5.57	2.10	5.89	2.06

针对创业家庭可能有更多人际关系、教育和保险类消费需求, 以及由家庭收入水平提高而带来的享受性资料消费提高等特点, 本文不再依照传统方式将消费分为食品、衣着、居住、家庭设备用品及服务、医疗保健、交通和通信、教育文化娱乐服务、其他商品和服务八类, 而是结合问卷内容, 将总消费划分为生存性资料消费、发展性资料消费、享受性资料消费和义务性消费; 并从中提取人际关系消费、炫耀性消费、保险消费, 以期探明创业行为的消费特点, 并将后四类消费称作“特征消费”(见表 3)。基于表 1 的方法, 创业家庭和非创业家庭总消费差距情况统计如表 4 所示。可知, 当基尼系数、泰尔指数和 MLD 得出的结论出现背离时, 可能表明低中高消费群体的消费差距程度不同, 对于高消费群体, 创业家庭的总消费差距程度稍低, 而对于中低消费群体, 非创业家庭的总消费差距更低。但这种对比的经济含义不大, 更合理的是分收入群体、分要素对消费差距进行讨论。

表 3 消费分类的定义及具体类目^①

	定义	具体项目
生存性资料消费	当今生活水平下, 家庭在吃、穿、住、用、行上必不可少的消费	自家消费的食品、香烟/酒水 ^② 、衣着消费、居住类消费(如水电费、燃料费、取暖费、物业费、房租)、家具和其他耐用消费品、日用品消费、直接医疗支出、邮电/通信支出、交通费用支出、购置可办公类电器、商业性保险

^① 其中, 由于中国汽车销量自 2009 年开始显著增长, 自 2013 年以来, 每年均超 0.2 亿元, 且数量不断增加, 汽车可作为城镇家庭居民出行必不可少的交通工具, 本文将汽车购置和维护作为生存性资料消费, 这样分类也可以保证收入水平的提高不会导致汽车由奢侈品转为必需品, 保持各项目支出弹性稳定 (Aguiar 和 Bills, 2015)。

^② 由于 2014 年与 2016 年的问卷将烟酒类消费包含在伙食费中, 不能与生存性伙食费加以区分, 故将烟酒类消费划分为生存性消费, 这可能会造成生存性资料消费差距的增加。

(续)

	定义	具体项目
发展性资料消费	家庭用于提高家庭成员德育、智育等方面的消费，主要为教育类消费	教育支出
享受性资料消费	并非必不可少的，用于满足家庭物质和精神性享受的物质和劳务消费	外出就餐费、雇佣保姆/小时工/用人的费用、保健费用支出（包括健身锻炼及购买相关产品器械、保健品等）、文化娱乐支出（包括购买书报杂志、光盘、影剧票和去歌舞厅和网吧等）、购买彩票的费用、旅游和美容支出、其他未知消费（包括罚款等，不包括给亲戚朋友的经济支持或赠与）
义务性消费	不求回报的消费，通常是捐献类消费（包含亲戚间的人情支出）	捐助支出、给过其他人（如亲戚、朋友或同事）经济支持或赠与
人际关系消费（排除亲戚间的人情支出）	家庭为了维持人际关系而进行的消费	给过其他人（如朋友、同事）经济支持或赠与、外出就餐、邮电/通信支出（包括电话/手机/上网/邮寄等）、本地的交通费（包括汽车油费）
炫耀性消费	家庭成员用以体现社会地位 ^① 的消费，这类型消费没有统一定义，本文以外用性消费品：衣服和自用交通工具作为炫耀性消费品	衣着消费、汽车、购买维修其他交通通信工具
保险消费 ^②	家庭用于购买保险类产品的消费	商业性保险：商业医疗保险、汽车险、房屋财产保险、商业人寿等

表 4 创业家庭与非创业家庭消费差异变动趋势：几种常用测度方法对比

测度方法	2012 年		2014 年		2016 年	
	创业	非创业	创业	非创业	创业	非创业
相对平均离差	0.40	0.39	0.34	0.34	0.35	0.35
变异系数	1.30	1.46	1.23	1.47	1.49	1.24
基尼系数	0.54	0.53	0.47	0.47	0.49	0.48
泰尔指数	0.53	0.54	0.43	0.44	0.47	0.45
对数偏差均值指数 (MLD)	0.52	0.50	0.40	0.41	0.43	0.43

① 根据地位寻求理论，人们消费非必要的、易见的且奢侈的商品以展示财富和社会地位，并享受这种炫耀性行为带来的认同感、个人的社会资源、个人影响力和愉悦的社会对比（Hirsch, 1976）；收入差距的扩大会刺激居民家庭地位性支出。

② 保险根据产品不同，具有投资和消费双重属性。消费型保险是一种非返还型的保险，具有消费的属性，本文为探究创业者消费异质性，将保险类支出均视作消费支出。

三、我国城镇创业与非创业家庭消费差距现状

1. 家庭总消费、人均消费及消费结构分析

表 5 总结了中国家庭单位收入消费及结构占比的逐年变化情况,用 Epanechnikov 核函数模拟各要素人均消费分布图如图 1 所示。从图表中可知除去人均收入水平的影响,就每位人均收入创造的人均消费而言,创业家庭在生存性资料(包括耐用品)上消费量较少,在发展性资料和义务性消费上二者基本一致;而在其余分类要素和总消费上,创业家庭的消费均大于非创业家庭,这种差异可能是财富效应或者创业家庭消费特异性造成的,需要进一步分析。从消费比例来看,除了在享受型资料上更加一致外,消费比例和单位收入消费反映的消费特异性基本一致:创业家庭每年在人际关系、炫耀性消费和商业保险上分配更多的消费比例,在生存性资料上消费更少。对各要素纵向比较,各要素每年的消费比例基本稳定。

表 5 中国家庭单位收入消费及结构占比

	创业家庭单位:元/%			非创业家庭单位:元/%		
	2012 年	2014 年	2016 年	2012 年	2014 年	2016 年
人均收入	19479.53	21505.71	28251.83	13716.88	18136.79	20616.01
总消费	1.54	1.42	1.36	1.38	1.13	1.33
生存性消费	0.74 (48)	0.86 (61)	0.81 (60)	0.76 (55)	0.73 (64)	0.82 (61)
发展性消费	0.06 (4)	0.06 (4)	0.06 (4)	0.06 (4)	0.06 (5)	0.06 (5)
享受性消费	0.22 (14)	0.08 (6)	0.12 (9)	0.18 (13)	0.06 (6)	0.12 (9)
义务性消费	0.05 (3)	0.03 (2)	0.04 (3)	0.03 (2)	0.03 (3)	0.05 (4)
人际关系消费	0.24 (15)	0.16 (11)	0.14 (10)	0.18 (13)	0.12 (10)	0.13 (10)
炫耀性消费	0.20 (13)	0.19 (13)	0.16 (12)	0.15 (11)	0.12 (10)	0.13 (10)
保险消费	0.03 (2)	0.04 (3)	0.04 (3)	0.02 (1)	0.02 (2)	0.03 (2)
耐用品消费	0.02 (1)	0.03 (2)	0.10 (7)	0.02 (1)	0.03 (2)	0.06 (4)

2. 创业与非创业家庭消费差距现状分析

拓展基尼系数^①是以不平等厌恶系数的函数为洛伦兹曲线权重的基尼系数,它是不平等厌恶系数的增函数,当不平等厌恶系数等于 2 时,拓展基尼系数就是普通的基尼系数;研究表明(戴平生和庄赞,2012;戴平生,2013),当不平等厌恶系数大于 2 且增加的时候,意味着用于调整公平的政策需要左移,要求这类政策减少低收入者的人数,这有效改善了普通基尼系数不满足位置转移敏感性原则的缺点。下文将城镇家庭分为创业家庭和非创业家庭两组,结合拓展基尼系数的离散收入份额法和两种分解方法就能对分组别和要素交叉比较,探究消费差距的组别和要素结构。

分别计算全部家庭、创业家庭和非创业家庭各要素的拓展基尼系数(计算结果见图 2)。当差距厌恶程度 $v=2$ 时,任意要素的组间差距非常小,其贡献率基本小于 1%。即创业行为未明显改变各类型消费水平的差异,差异主要在组内,这一点在对创业行为的前因研究中

^① 记洛伦兹曲线的坐标点为 (F, L) , 则拓展基尼系数 $G(v)$ 的定义式为 $G(v) = 1 - \int_0^1 L(F)K(v, F)dF$, $K(v, F) = v(v-1)(1-F)^{v-2}$, $v > 1$, 其中 v 表示不平等厌恶系数。拓展基尼系数可以根据需要采用收入份额法、协方差法等方法进行计算,以表示不同的经济含义。

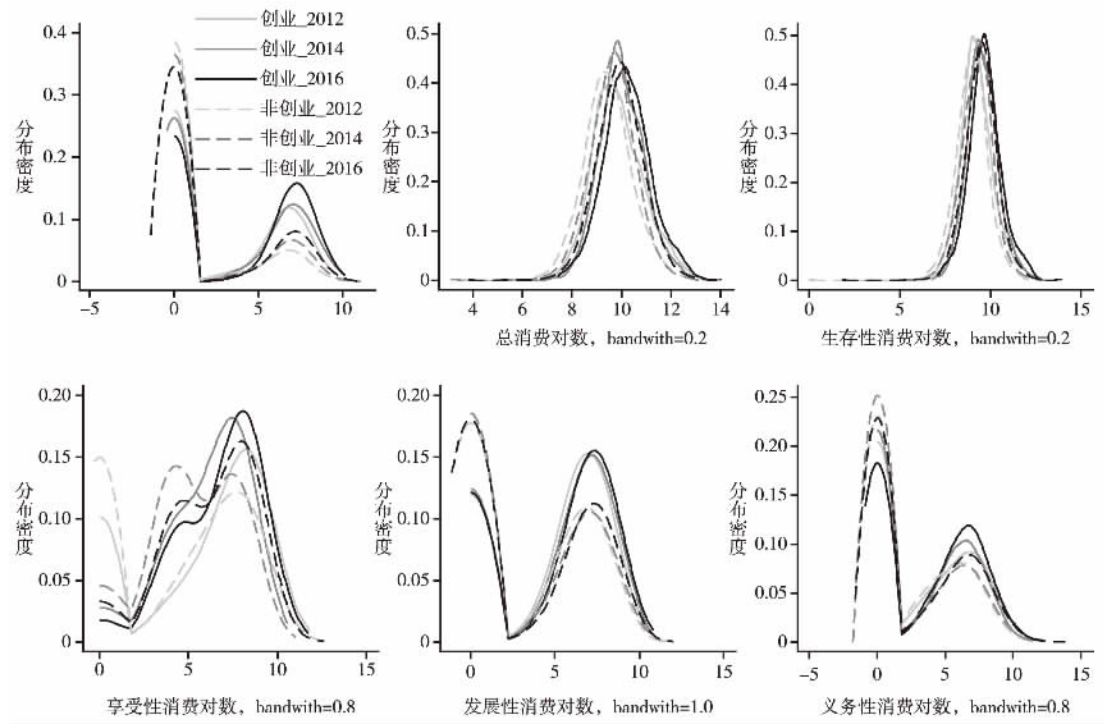


图1 总消费和各类消费的人均消费量分布

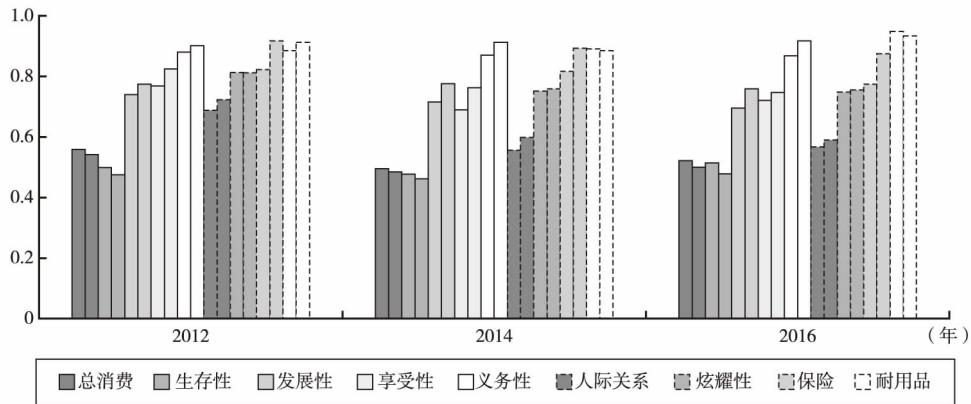


图2 要素的消费差距 (v=2)

也有类似的发现，即创业者之间的心理和资源禀赋差异远大于创业者与非创业者之间的差异(靳卫东等，2018)。对于各年各组家庭都有：义务性消费、耐用品和保险消费差距程度最高，享受和发展性资料和炫耀性消费的差距程度处于较高水平，但后四者的差距程度均在下降，生存性资料消费差距最低。说明现有的环境和政策已能满足人们对于衣、食、住、行上必需品的需求，家庭间福利的差别主要体现在非必需品上。对比组内差距程度可以发现：创业家庭总消费差距程度较高，但就各要素的差距程度而言，创业家庭除了生存性资料消费差距程度更高，其余要素消费差距程度均较低或者基本一致，说明在生存性资料中，食品类、居住类和日用品等的消费的差距程度较高。

结合关于消费水平的讨论可知,创业家庭在生存性资料上消费比例和单位收入消费均较低,同时差距程度高;而在其他要素上消费比例和单位收入消费均较高或者基本一致,同时差距程度较低;中国家庭金融微观调查数据(CHFS)的实证分析也得出了类似的结论:选择工商业创业家庭的耐用品消费水平较低,且消费差异性较大。可能的解释有:创业家庭由于创业的需要,在人际关系消费和炫耀性消费上一致加大了投入,家庭间的差异很小;由于创业者承担较高的投资风险,负债水平可能偏高,故表现出减少除创业需要外的消费,如日用品、耐用品和居住类消费,同时增加保险类消费,降低家庭经济风险水平。同时,考虑到创业者的特质,创业家庭的低生存性消费也可能是由于创业家庭具有较低的消费倾向(李孔岳等,2019),而高人际关系消费可能由于创业家庭在创业行为产生前就有着更多的社会互动和更广泛的社会网络。消费差距时间维度上的变化受到人们相对消费水平、消费热点、消费观念和人口结构等的影响(刘毅,2013)。纵向比较可以发现,总消费和生存性资料消费的差距有小幅扩大的趋势,保险类消费、享受和发展性资料消费的差距有小幅下降的趋势,总体而言,2012年至2016年城镇家庭各项消费的差距程度变化不明显。

3. 各类消费对消费差距的要素贡献率与边际效应

组群分解和要素分解有各自的经济意义:组群分解将总不平等分解为组间不平等和各组群的组内不平等,其中,组间消费不平等是由各组群人口份额在总体和组群内部排序不同产生的;要素分解是将总消费根据消费去向划分,通过计算要素贡献率和边际效应(见表6),判断要素对总消费不平等的作用。^①

表6 要素消费差距的贡献率 单位:%

要素贡献率	创业家庭			非创业家庭		
	2012年	2014年	2016年	2012年	2014年	2016年
生存性消费	41	57	57	45	59	56
发展性消费	3	3	2	3	3	3
享受性消费	17	6	10	18	7	11
义务性消费	4	3	3	3	3	5
人际关系消费	17	10	9	16	10	9
炫耀性消费	17	18	15	14	15	13
保险消费	2	3	3	2	2	3
耐用品消费	1	2	12	1	3	6

结果显示(见图3),不论是创业家庭还是非创业家庭的总消费差距,生存性资料的贡献最多,人际关系和炫耀性消费的总贡献在20%~35%之间,但有下降的趋势;同时,特别是在创业家庭内,耐用品消费的贡献有明显的增加。故为了对总消费差距有明显改善,应该首先调整生存性资料、人际关系消费和炫耀性消费,近年来应该更加关注耐用品消费。

再结合要素的边际效应可以得知,增加对生存性资料的消费比例,特别是增加食品类、居住类和日用品的消费比例,或者降低享受性消费和炫耀性消费比例,有助于显著地降低组内总消费差距。从时间发展上看(见图4),上述比例调整对抑制总消费差距的帮助逐渐减

^① 某要素的边际效应有效的假设是,对该要素消费支出的增加不会影响总消费的分布,所以在总消费分布不变,即不改变家庭的相对消费能力,但引导其内部消费结构发生变化,即可推动或者抑制总消费不平等。

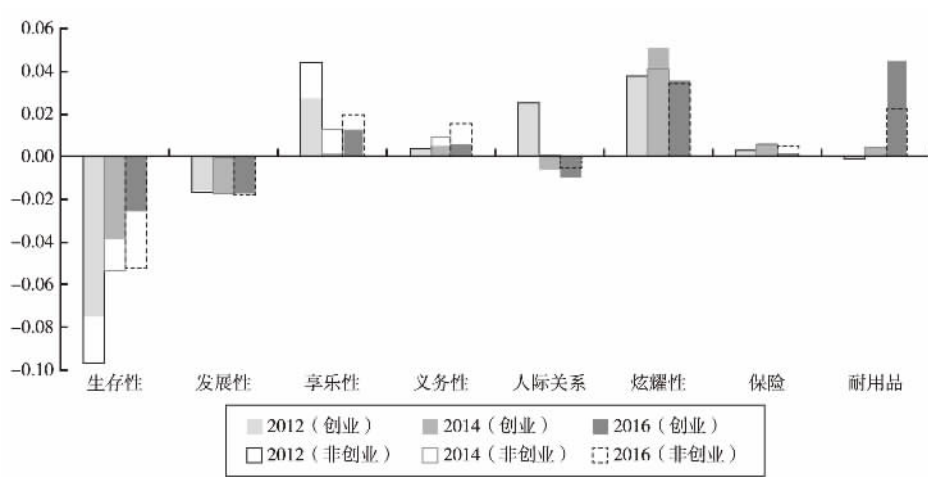


图3 要素的边际效应 ($v=2$)

小；与此同时，人际关系和耐用品消费的边际效应发生逆转，为了抑制总消费差距，应当增加而不再是减少人际关系消费比例，应当减少而不再是增加耐用品消费。此外，就调整效果而言，对炫耀性消费和近期的耐用品消费，调整创业家庭的消费比例对差距的改善更大；而对生存性、享受性和人际关系消费则相反。

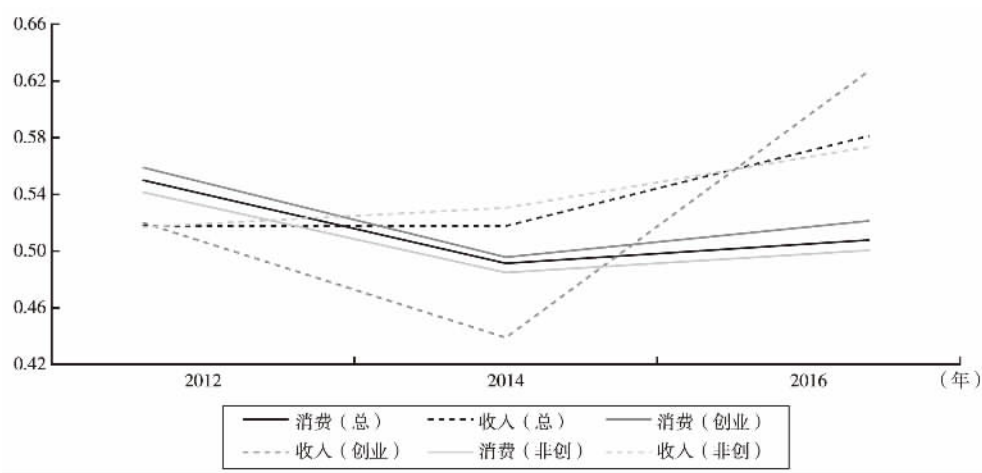


图4 收入差距与消费差距变化

4. 消费差距与收入差距

收入差距和消费差距虽然变化趋势一致，但在不同年份中和不同家庭间存在明显的差距。2016年创业家庭收入差距程度要远大于消费差距，且收入差距从低于消费差距变为高于消费差距。消费差距表现得更为稳定，这也验证了消费数据相较于收入波动调整更有其“惰性”，这一方面是由于各种保障制度使消费相对于收入有抵抗暂时性冲击的能力，具有一定的平滑性，另一方面，高收入群体由于生理条件、环境制度、时间空间的限制，其消费也存在一个相对上限，其与低收入群体的消费水平不会无休止地扩大（赵达等，2017）。

普通基尼系数对极端值变化不敏感，增加差距厌恶系数能给予低收入家庭更多权重，连

续增加差距厌恶系数有助于判断极低和极高收入家庭对整体消费差距的影响。由于当消费值为零时, 差距厌恶系数趋于无穷时没有意义, 故选择总消费和生存资料消费作为对象。可以看到(见表7), 当差距厌恶系数增加时, 拓展基尼系数逐步上升或者先升后略微下降至一个稳定的水平, 最终的基尼系数接近1, 说明样本中低消费水平家庭与总体消费水平的差距较大。不论是总消费还是生存性资料消费, 当差距厌恶系数大于2且增加, 创业家庭差距的表现要好于非创业家庭, 证明创业行为改善了低收入家庭的消费水平。由于差距厌恶系数的增大代表着寻求公平的政策需要左移, 故创业行为可以减小此类政策的压力, 即低收入家庭可以通过创业来缩小与整体消费水平的差距。

表7 增大差距厌恶系数

	总消费			生存性资料		
	2012年	2014年	2016年	2012年	2014年	2016年
创业家庭						
$v=2$	0.56	0.50	0.52	0.50	0.48	0.51
$v=4$	0.75	0.68	0.71	0.69	0.66	0.69
$v=8$	0.83	0.78	0.70	0.79	0.76	0.67
$v=\infty$	0.96	1.00	0.96	0.96	0.96	0.98
非创业家庭						
$v=2$	0.54	0.48	0.50	0.47	0.46	0.48
$v=4$	0.73	0.68	0.81	0.67	0.66	0.79
$v=8$	0.82	0.79	0.80	0.78	0.77	0.78
$v=\infty$	1.00	0.99	1.00	1.00	0.99	1.00

通过上述分析可以发现样本中低高收入家庭组间差距较大, 由于收入一直被认为是影响消费差距最重要的因素^①, 故分收入群体讨论消费差距将更有利于厘清差距差异产生来源, 本文根据家庭人均收入情况, 将样本等份划分为低、中低、中等、中高和高收入家庭群体(见图5)。

以2016年为例, 对于创业家庭, 高收入家庭在生存性资料的消费差距程度较大, 其余的均低于或接近于低收入家庭; 对创业家庭除人际消费、炫耀性消费、保险消费和耐用品消费外的消费分解发现, 高收入创业家庭的生存消费差距主要来自伙食费, 可能是伙食费中所含的烟酒部分的差异造成的。在创业家庭内, 相较于高收入家庭, 低收入创业家庭内炫耀性和享受性消费差距非常高, 低收入创业家庭可能更有动力通过炫耀性消费寻求社会认可, 导致部分低收入家庭努力向上消费, 拉大了炫耀性消费的差距; 类似地, 低收入创业家庭的人际关系消费差距也远大于高收入家庭, 部分低收入家庭可能通过更频繁的社交活动提高创业行为产生正回报的机会; 同时, 低收入家庭的享受性资料消费差距显著高于高收入家庭, 低收入家庭享受性资料消费的收入弹性可能是非常大的, 正的经营性收入对享受性消费的拉动是明显的, 反之也成立。

对于非创业家庭, 高收入家庭在发展性资料的消费差距程度较大, 其余的均严格低于低

^① 在美国1930~1940年间, 那些年轻的、持有资产量少的、受教育水平低的人的消费更容易受到短暂或者持久收入冲击的影响。

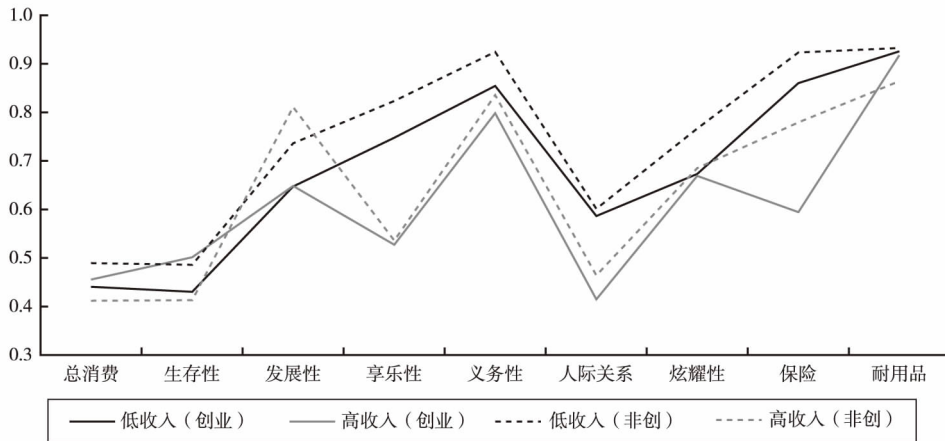


图5 消费差距分收入群体的对比 (2016年)

收入家庭。正如 Qu 和 Zhao (2008) 所指出，低收入家庭的消费差距程度更深，这在大部分时候是被证实的。但创业家庭由于社交需求的特殊性，可能导致高收入者更需要通过高档烟酒来展现自身财富或满足社交对方的期待，从而拉大了此类消费的差距程度。结合要素的边际效应分析可知，在经济运行良好、政策宽松的阶段，低收入创业家庭对享受性消费的偏爱可能会扩大总体的消费差距，但这种作用是有限的；引导扩大更多高收入创业家庭对烟酒类消费的比例虽然能有效降低总消费差距，但此类商品从本质属性上因予以限制。

总结而言，创业家庭内部的差距远大于创业家庭和非创业家庭之间的差距。就消费结构而言，创业家庭会在人际关系、炫耀性消费和保险类消费上投入更多的比例，在生存性资料消费上投入更少的比例；且人均收入消费的计算结果表明排除财富效应后这种情况依然存在。而就消费差距程度来看，则正好相反：创业家庭在人际关系、炫耀性消费和保险类消费上差距程度更低，在生存性资料消费上差距程度更高。对比高收入创业家庭而言，低收入的创业家庭的生存性资料消费差距水平更低。此外，上述分析也发现了一些次要结论，如对高消费群体而言，创业家庭的消费差距低；创业家庭的收入和消费水平高于非创业家庭等。

四、家庭创业行为对消费结构影响

从主要结论中可以发现，创业行为可能导致家庭减少除创业需求外的其他消费，并增加保险消费以平衡创业带来的经济风险的上升。为了验证这一结论，本文针对 2012 年至 2016 年的面板数据进行多元线性回归分析。变量选择如表 8 所示。模型估计中主要变量的描述性统计如表 9 所示。由于保险消费比例的零值非常集中，考虑到保险消费零值非零的问题较为显著，本文选择截尾回归模型，即 Tobit 模型，对保险消费比例进行分析；选择固定效应模型和随机效应模型对生存性消费比例进行分析，用 Hausman 检验判断模型的选择。

1. 基准回归

主要计量结果如表 10 和表 11 所示。总的来看，除低收入家庭外，创业行为较为显著地推动了保险消费的比例；对中等收入以上的家庭，创业行为显著地抑制了生存性消费的比例，证明了前文对创业家庭创业特异性的讨论，即创业行为抑制了除创业需求以外的其他消费，改善创业环境，降低创业的系统选型风险，可以缓解创业行为对基本消费的抑制。

表 8 变量说明

		变量名	定义	备注说明
被解释变量 1		security _pct	保险消费占比 (0.1%)	以家庭为单位
被解释变量 2		necessary _pct	生存消费占比 (0.1%)	
关注的变量		cap _income	人均收入 (万元)	
		start _up	是否为创业家庭	虚拟变量: 创业=1, 非创业=0
核心变量		per _totalexpenditure	人均消费 (万元)	以家庭为单位
		per _security	人均保险消费 (万元)	
		per _necessary	人均生存性消费 (万元)	
控制变量	家庭人口特征	avrg _age	家庭平均年龄	有缺失数据的家庭不统计
		degree	经济决策者的最高学历	虚拟变量, 数字越大表示学历越高
		child _pct	家庭小孩抚养比例	年龄小于 16 岁为小孩
		old _pct	家庭老人抚养比例	年龄大于 60 岁为老人
	家庭经济	per _traffic	人均交通支出 (万元)	包括: 交通费用、汽车购置费
		per _medical	人均医疗支出 (万元)	根据问卷: 不含可报销部分
		share _company	占有的公司总资产 (万元)	占有的总资产 = \sum 股份比例 \times 各公司总资产
		per _net _asset	人均净资产 (万元)	家庭资产为房产、现金和其他金融资产; 负债为银行贷款、房贷、民间借贷和其他借款
		per _subsidy	人均补助 (万元)	家庭人均受政府补助与社会捐助额度
	环境	proved	省份	虚拟变量

表 9 变量描述性统计

变量	2012 年				2014 年				2016 年			
	均值	标准差	最小值	最大值	均值	标准差	最小值	最大值	均值	标准差	最小值	最大值
security _pct	0.01	0.03	0	0.35	0.01	0.03	0	0.45	0.02	0.04	0	0.41
necessary _pct	0.66	0.21	0	1.00	0.69	0.17	-0.52	1.00	0.66	0.19	0.03	1.00
cap _income	17	30	0	1365	23	69	0	3557	26	41	0	1336
start _up	0.12	0.32	0	1.00	0.12	0.32	0	1.00	0.13	0.33	0	1.00
per _totalexpenditure	23	40	0	1135	25	33	0	817	34	49	0	1264
per _security	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.29	0.30	0.30	0.30	0.30
per _necessary	12	17	0	446	16	20	0	410	20	30	0	1152
avrg _age	42	15	11	90	41	15	9	95	41	15	11	92
degree	3.1	1.3	0	8.0	3.2	1.7	0	9.0	3.0	1.5	0	8.0
child _pct	0.13	0.16	0	1.00	0.13	0.16	0	0.71	0.13	0.16	0	0.75
old _pct	0.22	0.33	0	1.00	0.23	0.33	0	1.00	0.23	0.33	0	1.00
per _traffic	2	11	0	377	2	10	0	395	3	10	0	216
per _medical	1	4	0	165	1	2	0	49	2	11	0	494
share _company	0.12	2	0	84	0	1	0	58	16	738	0	50440
per _net _asset	107	204	-816	4513	6	86	-1459	2111	-3	96	-1598	1750
per _subsidy	0.14	0.62	0.00	16.50	0.20	0.92	0.00	22.58	0.24	1.36	0.00	50.27

表 10 创业行为对保险消费比例的影响

	总体	低收入	中低收入	中等收入	中高收入	高收入
是否创业家庭	2.845*** (5.02)	-0.858 (0.07)	3.489** (3.03)	2.520* (2.59)	1.745 (1.49)	3.292** (2.93)
家庭人均收入	-0.083* (2.34)	0.075*** (4.71)	0.034* (2.05)	0.028** (2.82)	0.023** (2.98)	-0.061 (1.65)
家庭人均支出	-0.001*** (17.64)	-0.002*** (7.84)	-0.002*** (5.99)	-0.002*** (10.47)	-0.002*** (9.09)	-0.001*** (11.96)
其他家庭和人口特征 ^①	是	是	是	是	是	是
是否控制省级固定效应	是	是	是	是	是	是
是否控制常数项	是	是	是	是	是	是
sigma_u_cons	105.5*** (43.13)	79.91*** (11.28)	119.0*** (12.32)	86.36*** (11.74)	93.20*** (10.51)	92.05*** (11.14)
sigma_e_cons	199.2*** (141.66)	156.1*** (42.92)	170.5*** (28.46)	159.4*** (39.61)	192.1*** (42.89)	199.7*** (48.95)
观测值	17518	3471	3492	3477	3527	3551

注：括号中显示的是 t 统计量，*、**、*** 分别代表在 10%、5%、1% 水平上显著。

表 11 创业行为对生存性消费比例的影响

	总体	低收入	中低收入	中等收入	中高收入	高收入
是否创业家庭	-2.373*** (6.22)	-1.112 (1.32)	-1.179 (1.60)	-1.944** (2.86)	-1.532* (2.20)	-2.492** (3.25)
家庭人均收入	-0.025 (0.11)	-0.042*** (3.72)	-0.036*** (3.36)	-0.020** (3.02)	-0.016*** (3.65)	0.087*** (3.48)
家庭人均支出	-0.046*** (69.80)	-0.200*** (48.54)	-0.107*** (38.91)	-0.131*** (51.09)	-0.077*** (48.13)	-0.027*** (35.51)
其他家庭和人口特征 ^②	是	是	是	是	是	是
是否控制省级固定效应	是	是	是	是	是	是
是否控制常数项	是	是	是	是	是	是
观测值	18326	3655	3661	3666	3673	3671

注：同表 10。

2. 稳健性检验

为保证结论的可靠性，本文将被解释变量替换为保险消费额和生存性资料消费额，并取对数；将解释变量中的人均收入取对数，同时分别单独以创业家庭和非创业家庭为样本进行检验。由上述分析可知，对于高收入家庭，人均收入对生存性资料消费的作用方向与其他收

① 控制的其他人口特征包括家庭成员平均年龄、少儿抚养比、老年抚养比、经济决策者的受教育程度；控制的其他家庭特征包括人均医疗支出、人均交通支出、人均补助、家庭净资产、占有的公司总资产等变量。

② 控制的其他人口特征包括家庭成员平均年龄、少儿抚养比、老年抚养比、经济决策者的受教育程度；控制的其他家庭特征包括人均医疗支出、人均交通支出、人均补助、家庭净资产等变量。

人群体不同,故对于被解释变量为生存性资料消费的计量模型,本文对去除高收入家庭的样本做了进一步的回归。

由表 12 可知,人均收入每变化 1%,对于保险类消费而言,创业家庭的人均消费增加 0.199%,而非创业家庭的人均消费减少 0.033%;对于生存性资料消费而言,去除高收入家庭的影响后,创业家庭人均消费增加 1.942%,小于非创业家庭增加 2.163%。上述计量结果表明,创业家庭有较强的保险消费需求,有相对较小的生存性消费需求,稳健性检验与上述检验结果并未有实质性差异。

表 12 收入对消费额影响的稳健性检验

	保险性消费		生存性消费		生存性消费 ^①	
	创业	非创业	创业	非创业	创业	非创业
家庭人均收入	0.199*** (-4.14)	-0.033 (-1.23)	0.114*** (-6.05)	0.0696*** (-6.73)	1.942*** (-23.79)	2.163*** (-32.45)
家庭人均支出	0.650*** (-10.38)	1.262*** (-18.51)	1.133*** (-47.13)	1.543*** (-74.46)	2.334*** (-57.80)	2.422*** (-75.89)
家庭净资产	-0.051** (-2.70)	-0.051*** (-4.27)	-0.044*** (-6.57)	-0.033*** (-9.85)	-0.036*** (-3.65)	-0.017*** (-3.34)
其他家庭和人口特征 ^②	是	是	是	是	是	是
是否控制省级固定效应	是	是	是	是	是	是
是否控制常数项	是	是	是	是	是	是
观测值	2613	3884	7923	16153	6264	13033

注:同表 10。

五、结论与政策建议

毋庸置疑,自 2014 年首次提出“大众创业,万众创新”至今,“双创”已成为经济社会发展的主题词之一,为我国经济高质量发展提供了重要动能。在当前国内就业压力仍十分突出的背景下,“双创”再度成为政策热点。2020 年 6 月以来,国务院多次部署深入推进“大众创业,万众创新”的政策安排,李克强总理指出,应对疫情冲击和发展环境变化,必须贯彻创新驱动发展战略,深入推进“大众创业、万众创新”,激发市场活力和社会创造力,以新动能支撑保就业保市场主体,尤其是支持高校毕业生、返乡农民工等重点群体创业就业。如何在科学评估政策的同时,继续深入推进“双创”,支持重点创业群体已经刻不容缓,只有做到深入了解创业群体,有的放矢地提供政策保障,才能真正推动生产组织创新、技术创新、市场创新,实现中国经济的高质量发展之路。

本文利用 2012~2016 年中国家庭追踪调查数据,以探究创业行为的微观效应为目的,对比研究了创业家庭和非创业家庭的消费差异。对于消费差距的研究主要采用了拓展基尼系数和其分解,并得到如下几点主要结论:第一,不论是收入还是消费,创业家庭的平均水平

① 样本中不包含高收入家庭。

② 控制的其他人口特征包括家庭成员平均年龄、少儿抚养比、老年抚养比、经济决策者的受教育程度;控制的其他家庭特征包括人均医疗支出、人均交通支出、人均补助等变量。

都高于非创业家庭。创业带来的收入差距扩大远高于消费差距。第二，创业行为并未增加各类消费的不平等，但改善了低收入家庭的消费水平。比起低收入非创业家庭，低收入创业家庭的消费与总体消费水平的差距缩小程度更大，说明创业行为能够减轻寻求降低不平等政策的压力。第三，创业使家庭消费结构发生变化。创业家庭确实较一致地有更多的人际支出和炫耀性消费需要，但相对于高收入创业家庭，低收入创业家庭可能更有动力通过炫耀性消费、人际关系和享受性消费寻求社会认可，同时会降低创业需要以外的生活必需品的消费；低收入家庭的享受性消费可能具有较大的收入弹性。本文的创新之处在于基于微观数据测度了创业家庭与非创业家庭的消费差距，为消费理论及创业家庭研究提供了更多的经验证据，为政府提升居民消费、改善创业环境、降低创业者的风险水平提供了理论依据，同时对创业制度的完善和家庭创业决策提供参考。本文的研究结果具有两点启示：第一，“面子”的“经济后果”在以往的研究中没有得到足够的重视，对于创业家庭的消费行为进行了较为全面的总结梳理。第二，我们对创业家庭的“负担”缺乏足够的关心。中国是一个正处于经济、社会快速转型期的国家，现代的“姿态”和传统的“身影”并存着。创业本身是一件不容易的事情，但在中国社会传统的“士农工商”观念下，创业家庭还需要通过在车、房、教育等方面“显示”自己的实力，创业行为又进一步有助于缩小高收入和低收入家庭的消费不平等程度。社会需要从更多方面给予创业家庭支持和鼓励，从而从整个社会层面上形成有利于创业的环境，进一步培育企业家精神，为企业创新“减负”，深入推进大众创业、万众创新，激发市场活力和社会创造力，以新动能支撑保就业保市场主体。

综上，本文提出如下几方面政策建议：第一，鼓励创新创业的积极性。通过完善创业担保贷款政策，健全信用机制，进一步拓展融资渠道，协助企业解决创业融资难题。同时提高公共服务质量，建立健全创新的保护和激励机制，让创新创业成果转化为市场竞争注入新资源，提高创业带来的社会福利。第二，优化营商环境，降低创业成本。通过优化公平公正的营商环境，减少创业家庭不必要的炫耀性和人际性消费支出。同时切实保障减税降费政策惠及企业，减轻企业税费负担，降低企业运营成本，促进企业轻装上阵。第三，针对低收入家庭提供有效的职业技能培训，完善生活保障制度。除营商环境外，低收入家庭对炫耀性和人际性消费的依赖还由于其研发、生产和销售能力不足，导致处于市场竞争的劣势地位。通过提高低收入、低技能创业者的职业素养，转变其对炫耀性和人际性消费作为提高竞争力手段的依赖，能够促进低收入群体的市场竞争力，从而优化家庭消费结构，改善消费不平等状况。

参 考 文 献

- [1] Aguiar M., Bils M., 2015, *Has Consumption Inequality Mirrored Income Inequality?* [J] *American Economic Review*, 105 (9), 2725~2756.
- [2] Stel A. V., Carree M., Thurik R., 2005, *The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth* [J], *Small Business Economics*, 24 (3), 311~321.
- [3] Attanasio O., Pistaferri L., 2014, *Consumption Inequality over the Last Half Century: Some Evidence Using the New PSID Consumption Measure* [J], *American Economic Review*, 2014, 104 (5), 122~126.
- [4] Bernanke B. S., 1983, *Irreversibility, Uncertainty and Cyclical Investment* [J], *Quarterly Journal of Economics*, 98 (1), 85~106.
- [5] Blundell R., Pistaferri L., Preston I., 2008, *Consumption Inequality and Partial Insurance* [J], *American Economic Review*, 98 (5), 1887~1921.

- [6] Gentry W. , Hubbard R. G. , 2004, *Entrepreneurship and Household Saving* [J], *Advances in Economic Analysis & Policy*, 4 (1), 1053~1053.
- [7] Hassett K. A. , Mathur A. , 2012, *A New Measure of Consumption Inequality* [R], *AEI Economic Studies*, No. 2012~2.
- [8] Hirsch F. , 1976, *Social Limits to Growth* [M], Cambridge: Harvard University Press
- [9] Jappelli T. , Pistaferri L. , 2010, *Does Consumption Inequality Track Income Inequality in Italy?* [J], *Review of Economic Dynamics*, 13 (1), 133~153.
- [10] Evans D. S. , Jovanovic B. , 1989, *An Estimated Model of Entrepreneurial Choice under Liquidity Constraints* [J], *Journal of Political Economy*, 97 (4), 808~827.
- [11] Lazear E. , 2004, *Balanced Skills and Entrepreneurship* [J], *American Economic Review*, 94 (2), 208~211.
- [12] Qu Z. , Zhao Z. , 2008, *Urban-Rural Consumption Inequality in China from 1988 to 2002: Evidence from Quantile Regression Decomposition* [R], IZA Discussion Paper No. 3659. x
- [13] Quadrini V. , 1999, *The Importance of Entrepreneurship for Wealth Concentration and Mobility* [J], *Review of Income and Wealth*, 45 (1), 1~19.
- [14] Sarasvathy S. D. , 2001, *Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency* [J], *Academy of Management Review*, 26 (2), 243~263.
- [15] Shane S. A. , 2003, *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus* [M], Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- [16] 蔡莉、单标安:《中国情境下的创业研究:回顾与展望》[J],《管理世界》2013年第12期。
- [17] 陈志武:《量化历史研究与新知识革命——以财富差距与消费差距的历史研究为例》[J],《北京大学学报(哲学社会科学版)》2018年第4期。
- [18] 戴平生、庄赞:《基尼系数按收入来源分解的一种新方法》[J],《统计与决策》2012年第24期。
- [19] 戴平生:《拓展基尼系数及其应用的拓展研究》[J],《统计研究》2013年第9期。
- [20] 胡望斌、张玉利、杨俊:《同质性还是异质性:创业导向对技术创业团队与新企业绩效关系的调节作用研究》[J],《管理世界》2014年第6期。
- [21] 靳卫东、刘敬富、何丽:《创新创业的心理动因:理论机制与经验证据》[J],《上海财经大学学报》2018年第6期。
- [22] 李孔岳、孙振宁、万赫:《消费倾向与创业选择:资金约束和社会关系的视角》[J],《电子科技大学学报(社科版)》2019年第1期。
- [23] 李涛、么海亮:《消费不平等研究综述》[J],《经济社会体制比较》2013年第4期。
- [24] 李晓艳:《家庭创业对京津冀地区家庭财富积累的影响研究》[J],《金融理论探索》2018年第4期。
- [25] 李雪莲、马双、邓翔:《公务员家庭、创业与寻租动机》[J],《经济研究》2015年第5期。
- [26] 刘毅:《城镇居民消费基尼系数变动及其分解——对不平等的一种解释》[J],《广东社会科学》2013年第2期。
- [27] 刘禹君、刘雅君:《创新、创业与居民消费倾向》[J],《财经论丛》2017年第2期。
- [28] 曲兆鹏、赵忠:《老龄化对我国农村消费和收入不平等的影响》[J],《经济研究》2008年第12期。
- [29] 时昱:《当代中国大学生创业意愿与创业实践——基于全国12所高校调查数据的经验发现》[J],《青年研究》2017年第3期。
- [30] 谢邦昌、么海亮:《中国城镇家庭消费不平等分布测度研究》[J],《商业经济与管理》2013年第1期。
- [31] 余玲铮:《中国城镇家庭消费及不平等的动态演进:代际效应与年龄效应》[J],《中国人口科学》2015年第6期。
- [32] 张龙耀、杨军、张海宁:《金融发展、家庭创业与城乡居民收入——基于微观视角的经验分析》[J],《中国农村经济》2013年第7期。
- [33] 张玉利、杨俊、任兵:《社会资本、先前经验与创业机会——一个交互效应模型及其启示》[J],《管理世界》2008年第7期。

[34] 赵成涛、李元旭：《收入公平、消费公平与经济增长》[J]，《社会科学研究》2009年第3期。

[35] 周洋、刘雪瑾：《认知能力与家庭创业——基于中国家庭追踪调查（CFPS）数据的实证分析》[J]，《经济学动态》2017年第2期。

Consumption Gap of Chinese Urban Entrepreneurial and Non-Entrepreneurial Families: Evidence from CFPS

Xu Jia¹ Wei Xin²

(1. School of Bank & Finance, University of International Business and Economics;

2. Institute of Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Character isitics or a New Era, Peking University)

Research Objectives: the household consumption structure and consumption behavior characteristics of entrepreneurs and the measurement of consumption gap. **Research Methods:** based on the extended Gini coefficient and using the data of China Household tracking survey (CFPS), this paper discusses the effect of entrepreneurial behavior on individual economic welfare from the perspective of consumption gap. **Research Findings:** Entrepreneurial behavior helps to narrow the consumption gap between high-income and low-income families. As far as urban residents are concerned, the consumption characteristics of entrepreneurial families are significantly different from those of non-entrepreneurial families, but the differences within groups are small. The total consumption gap of entrepreneurial families and the difference of survival consumption is larger, and the consumption proportion is smaller than other types of consumption; the gap of interpersonal relationship consumption, conspicuous consumption and insurance consumption is smaller, but the consumption proportion is larger than other types of consumption. In order to reduce the economic risk of the family, the entrepreneurial behavior suppresses the consumption demand beyond the entrepreneurial demand and increases the insurance consumption demand. At the same time, this paper also finds that reducing the proportion of conspicuous, enjoyment and social consumption, or increasing the proportion of survival consumption can improve the gap. **Research Innovation:** This paper quantitatively analyzes the impact of entrepreneurial behavior on household consumption structure and consumption gap, and measures the consumption gap between entrepreneurial and non-entrepreneurial families. **Research Value:** This paper provides empirical evidence for the study of consumption inequality theory and entrepreneurial behavior, and provides a theoretical basis for the government to enhance the consumption of residents, improve the entrepreneurial environment, and reduce the risk level of entrepreneurs. At the same time, it provides reference for promoting the improvement of entrepreneurship system and family entrepreneurship decision-making.

Key Words: Consumption Gap; Entrepreneurial; Expansion of Gini Coefficient

JEL Classification: F015

(责任编辑：白延涛)