

刺激消费政策的动态影响研究^{*}

——来自“家电下乡”的证据

张川川 王玥琴 杨汝岱

摘要:“十四五”时期需要坚持实施扩大内需战略,经济增长模式从投资拉动型向消费促进型转变势在必行。农村市场拥有巨大的潜在购买力,对于畅通国内大循环至关重要。在这一背景下,通过评估各项刺激农村消费政策的效果以优化政策设计成为学术界关注的重要问题。本文使用农业农村部农村固定观察点调查2003—2013年间数据,采用事件分析法,估计家电下乡政策对农村家庭各项消费的动态影响。研究结果显示:家电下乡政策对农村家庭耐用品消费有着显著的促进作用,在政策实施的第二年和第四年,耐用品消费支出分别显著增加42.3%和56.2%,高收入家庭在耐用消费品对政策反应更大;对于低收入家庭,由于预算约束和流动性约束等原因,仅日用消费品、燃料等低成本消费品的支出有较为明显的增长,并且仅高收入家庭的消费支出有显著提高。这意味着在“非李嘉图式”消费者的比例较低的情况下,刺激消费政策才能产生显著的效果,而这有赖于提高农村居民的收入水平。本文研究为加强和改进刺激消费政策提供了学术借鉴。

关键词:消费 增长方式转型 家电下乡 农村家庭

一、引言

“十四五”时期是我国发展进程中极其重要的阶段。在依托大规模的投资和强劲的外需使经济得到迅速发展后,我国面临着全球产业链供应链收缩带来的宏观经济下行风险,同时面临着如何从粗放型增长转向高质量发展的现实问题。过去30年间,我国投资向产业资本不断转换,带来了工业制造业的迅猛发展,我国制造业增加值占全球制造业增加值的份额从1997年的3.2%上升到2017年的28.4%。如此强大的产能与低消费率能够共存得益于强大的外需,1990—2018年间,我国出口占世界总出口的份额从2.1%增加到了15.5%。但最近几年,我国经济增长速度持续下滑,宏观经济面临新动力不足、结构性矛盾日益突出等问题。虽然我国制造业增加值和出口额占全世界的份额还在不断上升,但投资拉动的增长模式难以持续,因此,消费拉动就成为中国经济增长模式转变的必然选择。在这一宏观经济形势下,2020年中央提出以国内大循环为主的“双循环”新发展格局,该格局需要坚持实施扩大内需战略,释放国内需求潜力,构建高水平社会主义市场经济体制,促进国民经济循环。

与此同时,农村市场拥有巨大的潜在购买力^①。2013—2020年间农村居民的人均消费支出水平

^{*} 张川川,浙江大学经济学院,邮政编码:310058,电子邮箱:ccz.zhang@gmail.com;王玥琴,中央财经大学经济学院,邮政编码:102206,电子邮箱:wangyueqin1228@163.com;杨汝岱,北京大学经济学院,邮政编码:100871,电子邮箱:rdyang@pku.edu.cn。基金项目:浙江省社科规划重点课题(21WZQH01Z)和中央高校基本科研业务费专项资金。感谢匿名审稿人的宝贵建议,文责自负。

^① 国家统计局显示农村人口占总人口的40.4%,并且近些年农村居民人均可支配收入、人均消费支出的同比增速均超过城镇居民。

远低于城镇居民,但增长率却一直高于城镇居民。因此,农村居民消费有着巨大的提升空间,会成为撬动全国消费的重要杠杆。而且,近年来人均消费增速趋缓,新冠疫情使支出和增长率产生明显下降,促进消费扩张和消费升级迫在眉睫。为了更有效地挖掘农村市场潜力,政府做出了许多政策努力,例如,推动“工业品下乡、农产品进城”等。这些政策的效果到底如何?要做到精准评估、精准施策,我们需要从哪些角度加深对政策效果的理解?本文以2007年底推出的家电下乡政策为例,对刺激消费政策的效果做较为全面的评估,从消费异质性的角度分析政策实施的效果和作用方式,服务于后续政策制定。

2007年底,在全球金融危机的背景下,为了稳定国内经济和改善农村居民生活水平,我国陆续推出了“家电下乡”“汽车摩托车下乡”及“家电以旧换新”等政策。其中,“家电下乡”是刺激家庭耐用品消费政策中实施最早、影响面最广、持续时间最长的一项政策。从2007年12月开始,财政部、商务部在山东、河南、四川三省和青岛市开展了财政补贴家电下乡产品的试点工作,随后逐步推广至全国,截至2012年9月底,全国累计销售家电下乡产品2.75亿台,实现销售额6597.6亿元,中央和地方财政累计发放补贴765亿元^①。

从家电销量数据来看,家电下乡政策取得了巨大成就,但是仅通过宏观层面的销量数据难以准确判断农村家庭福利水平的变化。家电下乡政策属于对特定产品进行补贴的刺激消费政策,理论上可能存在以下影响:第一,家电消费可能会对其他类别消费产生挤出效应或引致需求(叶海云,2000)。第二,耐用品消费特征体现在购买的短期性和消费的长期性,而非耐用品的购买和消费可视为同期发生(荣昭等,2002),二者在消费行为上存在的显著区别会对政策效果产生不同影响。第三,家庭消费支出存在不同程度的跨期平滑,当期消费支出的增加可能伴随着未来一段时期内消费支出的下降(王非等,2010)。第四,家电下乡政策对农村家庭消费的影响会受到家庭收入状况、人口年龄结构等因素的影响,更具消费能力的家庭可能从补贴消费政策中获益更多,“非李嘉图式”消费者的存在会影响政策的覆盖范围。

已有部分文献对家电下乡政策进行了评估,分析了影响农户家电消费决策的因素和政策对农户消费的影响。这些文献一部分使用问卷调查数据考察农村家庭对家电下乡政策的认知情况和具体态度。例如,李敏和石涛(2011)发现户主年龄、家庭收入等因素与农户对家电下乡产品的需求意愿显著相关。另一部分文献考察家电下乡政策对消费的影响,如于文超等(2015)和臧旭恒等(2014)分别使用省级人均消费数据和中国健康与营养调查(CHNS)2006年和2009年数据估计了家电下乡政策的短期消费效应,发现该政策一定程度上刺激了农村居民的消费。然而,郑筱婷等(2012)使用双重差分法和2002—2008年间县级数据所做的研究显示,家电下乡政策并未显著促进社会平均消费水平。出现上述矛盾的一个重要原因在于,由于数据条件所限,现有研究难以考察政策对分项消费支出的影响和政策实施期间的动态效果,从而无法检验家电消费支出的增加是否挤出了其他类别消费,以及农村家庭消费在政策启动时的短期增加是否挤出了未来消费支出,从而导致长期来看,家庭消费支出并未显著上升。此外,使用县级或省级数据考察补贴的政策效果时,既包含了消费者消费的当期和跨期替代,还包含了公共部门支出的相互替代,估计的是一般均衡效应,与只考察消费者的局部均衡效应存在区别。本文旨在弥补上述研究的不足,全面评估家电下乡政策对农村家庭分项消费支出的动态影响。除此之外,通过考察家电下乡政策对不同收入水平居民消费的影响,本文也检验了异质性消费理论,为检验是否存在“非李嘉图式”的消费者提供了微观层面的经验证据(Campbell & Mankiw, 1989; Chyi & Huang, 1997; Himarios, 2000; 万广华等, 2001)。

有鉴于此,本文使用农业农村部农村固定观察点调查(RCRE)2003—2013年间数据,采用事件

^①中国政府网,《商务部:2月份全国家电下乡产品销售697万台》,http://www.gov.cn/banshi/2012-03/08/content_2086268.html。

分析法,全面考察家电下乡政策对各分项消费的影响以及政策的动态效果。研究发现,该政策对耐用品消费具有显著的促进作用,在政策实施的第二年和第四年,家庭耐用品消费支出分别显著增加了42.3%和56.2%。其次,按收入分组回归结果显示,高收入家庭在耐用品消费上对政策的反应更大;低收入家庭由于预算约束和流动性约束等原因,仅日用消费品、燃料等低成本和需求弹性较小的商品的支出有较为明显的增长,并且仅高收入家庭的家庭消费支出有显著提高。这一发现表明,农村居民消费未得到充分释放的原因在于其收入较低,降低“非李嘉图式”消费者的比例能在一定程度上扩大政策覆盖面。因此,扩大农村消费市场的关键在于提高农村居民的收入水平、优化其消费行为、促进农村居民消费的稳定增长。

二、政策背景和实证策略

(一)政策背景

财政部和商务部于2007年11月正式启动家电下乡试点工作,发布了《家电下乡试点工作实施方案》(商综发〔2007〕472号)和《财政部关于开展家电下乡试点工作的通知》(财建字〔2007〕710号,后简称《通知》),对家电下乡试点工作做出了具体规定。按照《通知》的规定,家电下乡试点的任务目标是“扩大农村消费,提高农民生活质量,更好地统筹城乡发展及国内外市场,促进社会主义新农村建设”,决定2007年12月1日至2008年5月31日,在山东、河南、四川与青岛市(合称三省一市)实施家电下乡试点工作,补贴对象为具有农业户口的所有人员。凡农民在规定时间内购买补贴类家电产品,且符合条件的均按销售价格的13%给予财政资金直接补贴。该比例是比照出口退税率制定的,补贴资金由中央财政和地方财政共同负担,其中,中央财政负担80%,地方财政负担20%。在试点期间,被补贴产品有彩电、冰箱(冷柜)和手机,由中标企业按协议生产,共197个型号,贴有家电下乡专门标识。

2008年5月26日,财政部和商务部研究决定在三省一市继续实施家电下乡政策,实施截止时间暂定为2008年12月31日,并督促三省一市各级财政部门、商务部门和有关企业扎实有效推进家电下乡工作^①。2008年12月1日,内蒙古等十个省市被纳入家电下乡政策实施范围,同时,受补贴产品新增了洗衣机^②。2009年2月1日,家电下乡政策推广到了全国,同时摩托车、电脑、热水器(含太阳能、燃气、电力类)和空调等产品被列入家电下乡政策补贴范围^③。为保证政策的公平性,家电下乡政策在各地区的实施时间统一定为4年。表1报告了各批次政策试点的起始时间以及覆盖的产品类别。需要注意的是,表1所示为政策公布时间,实际上这些省份到了政策公布的次年才开始落实政策。另外,考虑到存在与家电下乡同期的其他政策,如“汽车摩托车下乡”政策,财政部于2009年3月发布《财政部等七部门在全国启动实施汽车摩托车下乡》,指出该政策具有全国统一实施的特点;“家电以旧换新”政策则于2009年6月在北京市、天津市、上海市、江苏省、浙江省、山东省、广东省、福州市、长沙市共9个居民家电拥有量高的省市实施,与“家电下乡”的目标群体不一致,且试点省市无重合。因此,上述政策并不会威胁到本文估计结果的有效性。

随着政策的全面推进与逐步完善,全国家电下乡销售额于2011年8月末首次突破4000亿元^④。2011年全年家电下乡产品销量超过1亿台,彩电、冰箱、热水器、空调等销售额均超过300亿元,同比增长均超过10%^⑤。家电下乡取得令人瞩目的成果与各省市的积极推动密不可分。

①参见《财政部、商务部关于继续实施家电下乡政策的通知》(财建〔2008〕325号)。

②中国政府网,《家电下乡推广工作方案》,http://www.gov.cn/gzdt/2008-10/18/content_1124420.html。

③参见《国务院办公厅关于搞活流通扩大消费的意见》(国办发〔2008〕134号)。

④中国财经报网,《全国家电下乡销售突破4000亿元》,http://www.cfen.com.cn/old_7392/cjyw/201109/t20110905_2069669.html。

⑤中国政府网,《商务部:2011年全国家电下乡产品销售突破1亿台》,http://www.gov.cn/gzdt/2012-01/12/content_2043017.html。

分。例如,辽宁省2011年斥资35亿元改造农村电网促力家电下乡,使近42万户农村家庭从中受益^①。

表1 各批次试点地区家电下乡政策公布时间和产品范围

批次	省份(市)	日期	产品
三省一市	山东、河南、四川、青岛市	2007.12.1— 2011.11.30	彩电、电冰箱(冷柜)、手机
十二省市	山东(含青岛)、河南、四川,新增内蒙古、辽宁(含大连)、黑龙江、安徽、湖北、湖南、广西、重庆、陕西	2008.12.1— 2012.11.30	彩电、电冰箱(含冷柜)、手机,新增洗衣机
二十二省市	全国;新增北京、天津、河北、山西、吉林、上海、江苏、浙江、宁波、福建、厦门、江西、广东、海南、贵州、云南、西藏、甘肃、青海、宁夏、新疆以及新疆生产建设兵团	2009.2.1— 2013.1.31	彩电、冰箱(含冰柜)、手机、洗衣机,新增电脑、空调、热水器(含储水式电热水器、燃气热水器、太阳能热水器)、微波炉、电磁炉九类

注:整理自《财政部、商务部关于继续实施家电下乡政策的通知》(财建[2008]325号)、《家电下乡推广工作方案》和《国务院办公厅关于搞活流通扩大消费的意见》(国办发[2008]134号)。

(二) 实证策略

根据家电下乡政策逐步分批次试点的特征,本文首先采用双重差分法(DID)估计政策对目标群体的平均处理效应,设定回归方程如下:

$$y_{ipt} = \alpha_0 + \theta Policy_{pt} + \beta_i + \rho_p + \gamma X_{ipt} + \epsilon_{ipt} \quad (1)$$

$$y_{ipt} = \alpha_0 + \theta Policy_{pt} + \delta(Policy_{pt} \times highinc_i) + \mu highinc_i + \beta_i + \rho_p + \gamma X_{ipt} + \epsilon_{ipt} \quad (2)$$

其中, y_{ipt} 是本文关注的因变量,即生活在省份 p 的家庭 i 在 t 年的消费支出。 $Policy_{pt}$ 为核心解释变量,若家庭 i 所在省份 p 在 t 年度受到家电下乡政策影响则取值为1,否则为0。根据上文对政策的分析以及本文使用的农村固定观察点年底调查收录数据的特点,设定居住于三省一市的家庭在2008—2011年间 $Policy_{pt}$ 变量取值为1,其余家庭在2009—2013年间取值为1,否则为0。需要指出的是,其余家庭受政策影响之所以会持续到2013年。究其原因:其一,22省市自2013年2月1日起才停止享受家电下乡补贴,5月1日起财政部门在信息系统中的审核兑付功能才关闭,即可能由于信息系统的延时关闭而推迟领取补贴^②;其二,部分省市,例如,青海省、重庆市在国家结束对家电的补贴之后,以省(市)为单位自行延长对家电的优惠,对因变量各分项消费支出同样会产生影响。因此,本文将除三省一市外的其他家庭的2013年也纳入受政策影响的期间内。变量 β_i 和 ρ_p 分别表示年份和省份固定效应, X_{ipt} 为一组控制变量, ϵ_{ipt} 为误差项。

双重差分(DID)识别的前提假设是处理组和控制组的因变量在政策未发生的情况下应当具有相同的时间趋势,本文通过控制与家庭消费决策密切相关的家庭基本特征和户主特征 X_{ipt} 来增大该识别假设成立的可能性。更为重要的是,本文可以使用政策实施前的多期数据,利用事件研究法(event study approach)考察政策的动态影响。同时,通过检验政策前每年的政策效果估计值是否显著来间接检验平行趋势假设。除此之外,本文还设定了假想的政策实施时间进行安慰剂检验,附录中的表A1报告了安慰剂检验的结果。

本研究使用方程(1)估计政策的总体效果,使用方程(2)考察政策效果在不同收入家庭中是否存在异质性。方程(2)中变量 $highinc_i$ 为0—1变量,高收入家庭取值为1,低收入家庭取值为0。通过

^①中国政府网,《辽宁2011年斥资35亿元改造农村电网促力家电下乡》,http://www.gov.cn/jrzg/2011-11/26/content_2004070.html。

^②参见《关于家电下乡政策到期后停止执行等有关问题的通知》(财建[2012]862号)。

加入 $highinc_i$ 与 $Policy_{pt}$ 的交互项,可以检验政策对不同收入水平的家庭是否存在异质性影响。

除了家电下乡政策的平均效果外,我们更关心政策效果的动态变化。因此,本文采用事件研究法估计家电下乡政策对农村家庭消费支出的动态影响。具体而言,本文估计如下方程:

$$y_{ipt} = \alpha_0 + \sum_{k=-4, k \neq -1}^5 \theta_k D_{pt}^k + \beta_t + \rho_p + \gamma X_{ipt} + \varepsilon_{ipt} \quad (3)$$

其中, D_{pt}^k 表示家电下乡政策执行后的第 k 年的虚拟变量,具体而言,用 s_p 表示省份 p 实施家电下乡政策的第一年,结合上文分析可知,三省一市的 $s_p = 2008$,其余省的 $s_p = 2009$,如果 $t - s_p \leq -4$,则 $D_{pt}^{-4} = 1$,否则 $D_{pt}^{-4} = 0$;以此类推, $t - s_p = k$ 时, $D_{pt}^k = 1$,否则 $D_{pt}^k = 0$ ($k = -3, -2, 1, 2, 3, 4, 5$)。由于家电下乡开始实施的上一年距离政策最近,因此本研究将其作为基准年份。其余变量定义同方程(1)和(2)。本文感兴趣的是变量 D_{pt}^k 的系数 θ_k ,其大小反映了政策执行后第 k 年各分项消费所受到的影响。

三、数据和变量选取

本文使用的数据来自农业部农村固定观察点调查(RCRE)2003—2013年间数据。全国农村固定观察点调查系统于1986年正式建立并运行至今。该系统通过观察点对农村社会经济进行长期的跟踪调查,了解不同村庄和农村家庭的动态变化,取得系统周密的调查资料。本研究使用的是该调查原始数据的一个随机子样本,包含2584户农村家庭,样本分布在全国除港澳台外的31个省(区、市)。由于本文使用的数据是原始数据的一个随机子样本,因此在家户层面是一个混合截面数据,而非面板数据。另外,由于论文核心解释变量是在地区层面定义的政策变量,不同年份数据只要覆盖到相同的地区即可,因此不需利用家户层面的面板特征^①。利用农村固定观察点调查数据研究家电下乡政策对农村家庭消费的影响具有三个明显的优势:第一,调查样本覆盖了中国内地的所有省级单位,具有全国代表性;第二,调查涵盖了农户的家庭特征、收入以及各分项消费支出等方面的详细信息;第三,该调查已开展多年,于每年年底按统一口径全面收集样本村、户数据,使之能够分析政策的动态影响。

本研究的因变量是家庭消费支出与各类分项消费支出。家庭消费支出,即农村家庭当年用于物质生活和精神生活方面的实际支出,可分为生活消费品支出和文化、生活服务支出两大部分。各类分项消费支出包括耐用品支出、除耐用品外的用品支出、食品支出、衣着支出、住房支出、燃料支出、保险支出和文化、生活服务支出。以上变量中的前7类包含在生活消费品支出里,该类别支出为农村家庭当年用于衣、食、住、用、烧的消费资料支出。按照定义,除耐用品外的用品支出包括一般日用品和日用杂品等消费品的支出。耐用品消费支出包含家具和家电消费支出,其变化能直接反映家电下乡政策的影响^②。需要说明的是,住房支出包括房租、电费、房屋维修费用、新建房屋开支和本年度为新建、维修住房而购买的建材支出;燃料支出包括做饭、烧水和取暖用煤、木炭、天然气等生活燃料支出;保险支出指农村家庭年内参加各类非储蓄型、非投资型保险的支出,包括生产保险、生命保险、教育保险等。文化、生活服务支出包含生活服务支出、文化服务支出、旅游支出、交通通信支出和其他支出^③。表2中A部分报告了各类消费支出水平值的描述性统计。

考虑到家庭收入和家庭结构都会影响农户家庭消费,本文在分析中控制了家庭收入、家庭人口规模、小于6岁人口数、大于60岁人口数。此外,家庭中是否有外出务工人员可能会影响获取信息的渠道,本文也将其纳入控制变量。在我国“一家之主”的家庭文化中,户主在家庭决策中具有很大

①具体的数据说明可参考朱诗娥等(2018)的文章。

②问卷中对耐用品消费的记录是用品支出中有多少属于耐用品,本文将用品支出拆分为耐用品支出和除耐用品外的用品支出。

③生活服务支出包括保育费、医疗费、邮电费、洗澡费等支出;文化服务支出包括学杂费、技术培训费、文娱费等;交通通讯支出指农村家庭成员外出乘汽车、火车、飞机等的支出和电话费等。

表2 变量定义及描述性统计

变量名	观测值	均值	标准差
A:家庭生活消费支出			
生活消费支出(万元)	19032	1.794	2.785
耐用品支出(万元)	17021	0.092	0.680
除耐用品外的用品支出(万元)	17018	0.074	0.352
食品支出(万元)	18998	0.624	0.561
衣着支出(万元)	18765	0.108	0.131
住房支出(万元)	15304	0.424	2.344
燃料支出(万元)	18123	0.069	0.064
保险支出(万元)	18450	0.054	0.266
文化、生活服务支出(万元)	17960	0.133	0.414
B:户主特征			
汉族	19084	0.887	0.317
男性	19084	0.939	0.239
年龄	19085	49.61	9.331
受教育年限	18665	6.976	2.455
C:家庭特征			
家庭全年总收入(万元)	19042	3.869	14.36
家庭人口数	19085	4.018	1.495
家庭小于6岁人口数	19084	0.240	0.499
家庭大于60岁人口数	19069	0.417	0.696
家庭有外出务工人员	19085	0.562	0.496

影响力,其个体特征能有效反映出其他家庭成员的消费信息,包括消费偏好和认知特征等。因此,本文的控制变量还包括户主的民族、性别、年龄和受教育程度,由于年龄对家庭消费支出的影响可能是非线性的,本研究在回归中还加入户主年龄的平方项。表2中B、C部分分别报告了户主特征和家庭特征的描述性统计。

根据文献的一般做法,本文在后面的回归分析中对各类消费支出进行了对数化处理,且只保留了户主年龄为18~65岁的样本。从变量的描述性统计可以看出,住房支出和耐用品支出的标准差分别为2.34和0.68,较其他分项消费支出波动更大,与理论相符。农村家庭中户主平均年龄为49.61岁,且户主为男性的占93.9%,平均受教育年限为6.98年,平均家庭规模为4.02人,56.2%的家庭有成员外出务工。

四、实证结果及分析

(一)基准结果

表3报告了方程(1)的全样本估计结果,因变量为各分项消费支出的对数值,变量*Policy*的系数表示家电下乡政策的影响。表3第(2)列结果显示,家电下乡政策导致耐用品消费显著增加了19.4%,即平均而言增加178.5元;但是没有带动总体生活消费支出(第(1)列)。表3第(6)列结果显示,家电下乡政策对包含电费、房屋修缮费用在内的住房消费的拉动作用也很明显,使住房类消费

支出显著增长了16.1%。不过,表3第(4)列和第(8)列结果显示,家电下乡政策挤出了食品消费和保险支出。从平均效果来看,家电下乡政策对除耐用品外的其他用品支出、衣着支出、燃料支出和文化、生活服务支出没有统计上显著的影响,这与家电下乡政策的具体内容也是一致的。

表3 家电下乡政策对农村家庭各类别消费的影响

	生活消费支出	耐用品支出	除耐用品外的用品支出	食品支出	衣物支出	住房支出	燃料支出	保险支出	文化、生活服务支出
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Policy	0.024 (0.019)	0.194** (0.095)	0.079 (0.081)	-0.028* (0.016)	0.019 (0.022)	0.161*** (0.059)	0.045 (0.029)	-0.325* (0.173)	-0.040 (0.034)
户主特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
家庭特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
省份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
年份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
观测值	18593	16673	16670	18555	18331	15010	17704	18026	18457
R ²	0.575	0.080	0.103	0.589	0.434	0.231	0.345	0.583	0.377

注:以上回归均包含控制变量,其中户主特征包括民族、性别、年龄、年龄平方、受教育年限,家庭特征包括家庭收入的对数值、家庭规模、家庭中大于60岁人口数、小于6岁人口数、是否有外出务工人员。括号中数字为省份一年份水平上集聚的聚类标准误。***、**、*分别表示在1%、5%、10%的水平上显著。下同。

本文接下来对方程(3)进行估计以考察家电下乡政策的动态影响,回归结果在表4中给出。表4第(2)列结果显示:政策实施的第一年,农村家庭耐用品消费支出无显著增加,第二年显著增加了42.3%,第三年政策效应又有所回落,最后两年政策效应再次增大且统计显著,第四年耐用品消费的增加幅度甚至达到了56.2%。为了更直观地展现家电下乡政策的动态影响,本文将表4第(2)列的估计系数绘制到图1中。可以看到,家电下乡政策对农村家庭耐用品消费产生了显著的刺激作用,但在整个政策期间,政策影响具有明显的波动态势,这与商务部的家电销量统计数据一致,其原因可能是多方面的。

首先,由于政策实施方案的逐步完善、宣传的不断深入和补贴兑付程序的简化,政策效果开始显现。在政策实施初期,农民在购买指定品牌和型号的电器后,需要携带身份证和户口本去乡财政所办理领取补贴的手续,政策参与成本很高。随着政策的逐步推进,2009年起各省份陆续对补贴兑付方式做了调整,例如,海南、重庆、江西等省在全省范围全面推行家电下乡补贴现场兑付工作,湖北也将兑付周期由原来的10天至30天压缩到3天^①。其次,在由三省一市的试点推向全国的过程中,家电补贴产品范围不断扩大,从表1可看出,政策覆盖的产品范围增加了洗衣机、空调、热水器等常用家电,这也有利于进一步发挥政策的效果。影响较大的政策调整还有2009年12月对下乡产品最高限价的大幅提升,湖南省甚至取消了最高限价^②。王文娟和李京文(2011)的实证分析发现,提高最高限价显著增加了农民对于家电产品的消费。最后需要注意的是,在家电下乡实施的第三年,政策效果有所减弱,这主要是由于2011年中(对于第二、三批试点省市均为政策实施的第三年),商务部大力整治政策实施中频繁出现的“骗补”问题,在一定程度上影响了正常销售^③。在政策实施的最后一年,由于政策临近到期,部分农村家庭为了赶上政策末班车而集中消费。部分省市(如青海省)为

① 中国政府网,《湖北省“家电下乡”补贴资金兑付周期缩短到3天》,http://www.gov.cn/jrzg/2009-09/06/content_1410538.html。

② 中国政府网,《湖南省家电下乡销售额突破33亿元 取消最高限价》,http://www.gov.cn/gzdt/2009-11/22/content_1470274.html。

③ 参见《关于进一步加强家电下乡销售网点监管的通知》(商建发[2010]235号),《关于加强家电下乡、家电以旧换新监管防止骗补等有关问题的紧急通知》(财建明电[2011]1号)。

进一步强化消费对拉动经济增长的作用,将家电下乡政策延长一年,所需补贴资金全部由省财政承担^①。重庆市也推出了类似的政策^②。

表4 家电下乡政策对分项消费的动态影响

	生活消费支出	耐用品支出	除耐用品外的用品支出	食品支出	衣物支出	住房支出	燃料支出	保险支出	文化、生活服务支出
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
D_{-4}	0.107 (0.074)	0.402 (0.291)	-0.147 (0.236)	0.116** (0.054)	-0.010 (0.071)	0.211 (0.168)	-0.103 (0.071)	1.201*** (0.424)	0.134 (0.119)
D_{-3}	0.044 (0.068)	0.128 (0.217)	-0.013 (0.166)	0.091** (0.044)	-0.036 (0.051)	0.082 (0.133)	-0.039 (0.058)	0.725* (0.373)	0.056 (0.062)
D_{-2}	0.014 (0.056)	0.001 (0.128)	0.127 (0.099)	0.051 (0.036)	0.011 (0.028)	0.021 (0.081)	-0.001 (0.031)	0.408 (0.331)	0.022 (0.030)
D_{-1}	0.032 (0.021)	0.057 (0.087)	-0.057 (0.075)	-0.071*** (0.022)	-0.021 (0.020)	0.153** (0.061)	0.061 (0.041)	-0.374 (0.350)	0.019 (0.045)
D_2	0.058* (0.030)	0.423** (0.172)	-0.022 (0.110)	-0.041 (0.031)	-0.033 (0.036)	0.302*** (0.097)	0.084* (0.046)	-0.493 (0.337)	-0.081 (0.058)
D_3	0.053 (0.035)	0.166 (0.169)	0.226 (0.143)	-0.030 (0.035)	0.011 (0.041)	0.276** (0.135)	0.116** (0.051)	-0.538* (0.307)	-0.078 (0.074)
D_4	0.055 (0.038)	0.562*** (0.164)	0.249* (0.129)	-0.004 (0.030)	0.055 (0.041)	0.342** (0.137)	0.072 (0.052)	-0.413 (0.262)	-0.087 (0.063)
D_5	0.014 (0.023)	0.518*** (0.117)	-0.082 (0.070)	-0.001 (0.021)	0.018 (0.038)	0.193* (0.105)	0.083 (0.053)	-0.241 (0.223)	-0.028 (0.047)
户主特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
家庭特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
省份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
年份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
观测值	18593	16673	16670	18555	18331	15010	17704	18026	18457
R^2	0.575	0.081	0.103	0.589	0.434	0.232	0.345	0.583	0.377

本文进一步分析家电下乡政策对其他各类别消费支出的影响,由于该政策是针对耐用品消费的财政政策,在评估其政策效果时,需要明确耐用品与其他非耐用品的消费特点。家用电器属于典型的耐用品,耐用品的重要特征就是购买的短期性和消费的长期性,与购买和消费可视为同期发生的非耐用品消费行为存在显著区别(荣昭等,2002)。在新古典主义框架下建立的包含耐用品的跨期效用最大化模型中,家电下乡政策对消费的影响分为两步:首先,政策会影响家电的购买决策(王非等,2010)。政策的补贴降低了家电的相对价格,同时由于家电消费属于一次性大额支出,会挤出其替代品的消费。表3的DID估计结果显示政策确实减少了对食品和保险的消费。另外从表4的动态效果来看,政策实施第一年显著挤出了食品支出,这可能是由于预期的一次性大额消费支出使农民减

^①中国政府网,《青海省财政决定实施新一轮家电下乡财政补贴政策》,http://www.gov.cn/gzdt/2013-06/27/content_2435201.html。

^②中国政府网,《重庆市财政局解读家电惠民和汽车惠农相关政策》,http://www.gov.cn/gzdt/2012-08/21/content_2207503.html。

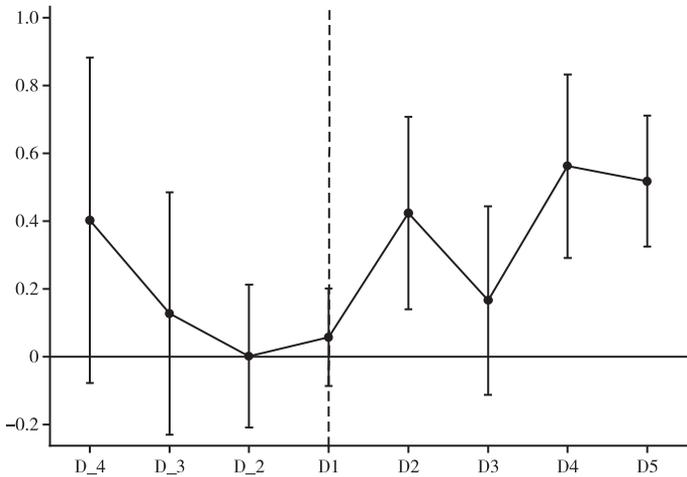


图1 家电下乡政策对耐用品消费的动态影响

注：图中报告的是表4政策变量前置项和滞后项的估计系数及90%水平上的置信区间。

少了食品消费,但第(4)列系数在政策开始前显著,说明食品支出波动较大,需要谨慎解读。表4第(6)(7)列的结果反映的是耐用品使用中产生的相关消费。第(6)列中的住房支出包括“房租、电费、房屋维修费用、新建房屋开支和本年度为新建、维修住房而购买的建材支出”。对于农村家庭,房租、房屋维修和新建房屋开支在短期内较为稳定,住房类支出的变动主要来自新增家电使用导致的电费支出变化,而家电消费支出和电费支出是高度互补的。同理,部分下乡家电如燃气热水器或燃气灶等也会间接带动燃料方面的支出。

另外,使用事件研究法得到的结果同基于标准 DID 回归框架得到的估计结果基本一致,主要差别在于,家电下乡政策对燃料支出的影响在政策开始后的第二、三年都有显著的促进作用。这是由于 DID 估计的是整个受政策影响期间的平均效应,抹平了其动态变化。

除了上面的结果,从表4还可以看到在政策开始以前的年份,除食品支出和保险支出外的各类消费支出的增长率在政策试点地区和非试点地区基本上不存在统计上显著的差异,这支持了双重差分法的平行趋势假设。为了进一步验证结论的有效性,本文基于虚构的政策实施时间和省份进行安慰剂检验。具体而言,本文假设云南、湖北、黑龙江三省为首批试点省份,且于2007年开始实施家电下乡政策;其余省份于2009年开始实施,政策同样持续四年。我们基于虚构的政策冲击对方程(2)进行估计。结果显示,虚构的政策冲击对消费支出并没有统计上显著的影响,从而进一步表明不可观测的地区特征并不会显著影响本文结论,本文的经验分析结论是可靠的^①。

(二)家电下乡政策对不同收入群体消费支出的影响

深入探究居民家庭收入水平如何影响居民消费,有利于从家庭微观视角出发探索我国居民消费增长的长效机制。流动性约束是影响家庭消费决策的重要因素(Green et al,2020),而我国农村地区资本市场发展不完善,农村家庭收入从国际和城乡比较的视角看仍处于较低水平,流动性约束对家庭消费的影响更为凸显,可能会加剧不同收入群体在消费上的差距(高梦滔等,2008;汪浩瀚、唐绍祥,2009)。由于不同收入水平的家庭面临流动性约束的程度不同,家电下乡政策对家庭消费的影响在不同收入水平上可能也会表现出差异。因此,本文将样本家庭按照收入水平分成高收入和低收入两组,分别考察家电下乡政策对农村家庭消费支出的影响。具体而言,本文将每个家户在政策实行期间,即2008—2013年间的各年收入先用消费者价格指数平减之后再取平均值,然后按此收入均值

^①由于选取云南、湖北、黑龙江三省作为首批试点省份得到的结果可能存在一定偶然性,因此我们更换省份进行了多次安慰剂检验,未发现显著影响;限于篇幅没有将表格展示,结果备索。

将农户分为高、低收入两组,计算得到该收入均值的中位数为 28761 元,取 29000 元为界,小于 29000 元为低收入组,否则为高收入组。上述划分方法既充分考虑了农户在政策实施期间面临的预算约束,也考虑了样本内部的可比性。

首先对方程(2)进行估计,通过加入政策变量和分组变量交互项的方式考察政策的平均影响在不同收入家庭中是否存在异质性。表 5 第(2)列的结果显示,家电下乡政策对耐用品消费支出的促进作用主要发生在高收入家庭,其政策效果比低收入家庭显著高了 24.8%。不同收入组在其他支出类别上也存在显著差异:政策在一定程度上挤出了低收入家庭的食品消费支出,但对低收入家庭燃料支出的拉动作用显著高于高收入家庭。这与不同收入水平家庭的初始消费结构有关,低收入家庭更多地使用煤炭和天然气等燃料,高收入家庭更多地使用电力,因此购买家电后对燃料消费的互补性增加主要体现在低收入家庭上。表 5 最后两列的结果显示,高收入家庭比低收入家庭在保险支出和文化、生活服务支出上存在更明显的挤出效应。这是因为低收入家庭在这类价格高且需求弹性大的消费品上消费较少,从均值来看分别为高收入家庭的约四分之一和二分之一,因此政策对其影响较小。可见,政策对低收入家庭消费的促进作用集中在价格低且需求弹性较小的商品类别如食品与燃料上,这与低收入家庭受到流动性约束以及政策对其耐用品支出的影响不显著的情况是一致的^①。

表 5 家电下乡政策对农村家庭各类别消费的影响:异质性考察

	生活消费支出	耐用品支出	除耐用品外的用品支出	食品支出	衣物支出	住房支出	燃料支出	保险支出	文化、生活服务支出
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
<i>Policy</i>	0.023 (0.020)	0.076 (0.111)	0.077 (0.084)	-0.028* (0.017)	0.009 (0.026)	0.166*** (0.060)	0.075** (0.029)	-0.091 (0.172)	0.025 (0.038)
<i>Policy · highinc</i>	0.001 (0.018)	0.248** (0.114)	0.006 (0.068)	-0.000 (0.015)	0.020 (0.026)	-0.011 (0.052)	-0.063*** (0.022)	-0.486*** (0.065)	-0.135*** (0.033)
<i>highinc</i>	0.107*** (0.013)	0.072 (0.075)	0.072* (0.041)	0.084*** (0.011)	0.138*** (0.020)	0.107*** (0.036)	0.111*** (0.015)	0.440*** (0.052)	0.187*** (0.024)
户主特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
家庭特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
省份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
年份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
观测值	18593	16673	16670	18555	18331	15010	17704	18026	18457
R ²	0.576	0.081	0.103	0.589	0.435	0.232	0.345	0.586	0.377

本文接下来基于方程(2)进行分组回归,分别估计家电下乡政策对高收入家庭和低收入家庭各类别消费支出的动态影响。表 6 和表 7 报告了这部分估计结果。比较表 6 和表 7 前两列的结果可以发现,家电下乡政策总体上促进了高收入家庭的生活消费,相比低收入家庭,家电下乡政策使得高

①表 5 显示政策促进了低收入家庭住房支出的增加,这是由于存在一定程度的样本选择问题。样本中住房支出变量的缺失较多,20.37%的受访家庭没有报告住房支出情况,检验发现,在政策实施地区的住房支出变量的缺失比例显著更小。如果住房支出越高的家庭漏报或者拒绝报告住房支出情况的概率越小,也即发生住房变量缺失的概率越小,那么政策实施状况与住房支出变量缺失比例之间的负向关系意味着,样本缺失导致的样本选择问题会使我们高估政策对住房支出的影响。高收入家庭和低收入家庭在保险支出上的均值分别为 846 元和 222 元,在文化、生活服务支出上的均值分别为 1740 元和 905 元。

收入家庭的耐用品消费在第二年至第五年都显著增加,分别增长了63.5%、82.1%、77.0%和56.3%,自政策实施第三年起均在5%的水平上显著;而低收入家庭的政策效果均不显著。另外,政策的异质性与DID估计结果一致,对低收入家庭的促进作用主要表现在价格低且需求弹性较小的消费品上,如生活日用品和燃料等,而高收入家庭则相反,住房支出显著增加,这体现了刺激消费政策的效果对家庭当期收入十分敏感(Chah et al,1995)。

以上结果说明我国农村存在相当比例的“非李嘉图式”消费者,即没有遵循生命周期理论推导出的最优消费路径,仅对当期收入敏感的消费者。而“非李嘉图式”消费者的存在会对财政政策的评估产生重要影响(Gali et al,2007;Natvik,2012)。“非李嘉图式”消费者的形成原因主要有两大类:一是流动性约束;二是信息不完全或“有限理性”。本文的结果支持绝对收入水平低与流动性约束共同作用,制约了低收入家庭的耐用品消费。具体而言,家电下乡政策持续四年,家电相对价格下降可能会使家庭的家电购买计划提前,但是消费的跨期替代受到流动性约束的限制。家电消费属于一次性大额支出,如果低收入农户既缺少储蓄,又没有足够的债务能力来获得贷款,他们可能会放弃价格补贴(Rampini,2019)。因此,刺激消费政策要发挥拉动消费的作用,根本上依赖于家庭收入水平的提高,降低我国农村家庭中的“非李嘉图式”消费者的比例。这也在一定程度上解释了某些刺激内需政策效果不太理想的原因。只有在保障农村家庭收入达到一定程度,在流动性约束不严重的情况下,刺激消费政策在拉动消费增长方面才能够发挥出显著的效果。

表6 家电下乡政策对高收入家庭分项消费的动态影响

	生活消费支出	耐用品支出	除耐用品外的用品支出	食品支出	衣物支出	住房支出	燃料支出	保险支出	文化、生活服务支出
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
D_{-4}	0.057 (0.104)	0.947** (0.407)	-0.011 (0.429)	0.005 (0.067)	0.205 (0.127)	-0.010 (0.253)	-0.021 (0.107)	1.735*** (0.581)	-0.137 (0.190)
D_{-3}	-0.005 (0.090)	0.431 (0.331)	-0.047 (0.334)	0.024 (0.046)	0.058 (0.090)	-0.085 (0.203)	0.002 (0.082)	0.920* (0.505)	-0.107 (0.140)
D_{-2}	0.013 (0.053)	0.041 (0.240)	0.147 (0.202)	0.027 (0.024)	0.083 (0.070)	0.031 (0.078)	0.012 (0.047)	0.480 (0.466)	-0.018 (0.081)
D_{-1}	0.066 (0.043)	0.058 (0.329)	-0.104 (0.173)	-0.109* (0.058)	-0.057 (0.065)	0.255* (0.154)	0.004 (0.051)	-0.757* (0.421)	0.076 (0.092)
D_2	0.131*** (0.048)	0.635* (0.327)	-0.135 (0.247)	-0.047 (0.057)	-0.022 (0.064)	0.543*** (0.172)	0.057 (0.073)	-0.934** (0.374)	-0.020 (0.100)
D_3	0.127** (0.056)	0.821** (0.320)	0.011 (0.291)	-0.044 (0.061)	-0.010 (0.067)	0.581*** (0.193)	0.069 (0.096)	-0.993*** (0.337)	0.013 (0.119)
D_4	0.113** (0.056)	0.770** (0.302)	0.140 (0.224)	-0.024 (0.063)	0.042 (0.070)	0.674*** (0.173)	0.041 (0.099)	-0.727** (0.295)	0.003 (0.097)
D_5	0.078* (0.040)	0.563** (0.265)	-0.107 (0.140)	-0.005 (0.062)	0.067 (0.072)	0.426*** (0.134)	0.112* (0.059)	-0.380 (0.254)	0.006 (0.076)
户主特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
家庭特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
省份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
年份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
观测值	9519	8634	8633	9505	9429	7785	9164	9226	9506
R ²	0.458	0.060	0.092	0.519	0.357	0.170	0.328	0.495	0.267

表7 家电下乡政策对低收入家庭分项消费的动态影响

	生活消费支出	耐用品支出	除耐用品外的用品支出	食品支出	衣物支出	住房支出	燃料支出	保险支出	文化、生活服务支出
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
D_4	0.123 (0.081)	0.149 (0.434)	-0.300 (0.228)	0.167** (0.071)	-0.161* (0.093)	0.330* (0.189)	-0.204** (0.088)	0.648* (0.387)	0.240 (0.164)
D_3	0.064 (0.071)	-0.049 (0.293)	-0.044 (0.148)	0.119* (0.063)	-0.118* (0.061)	0.151 (0.159)	-0.099 (0.070)	0.408 (0.328)	0.119 (0.112)
D_2	0.004 (0.061)	-0.024 (0.169)	0.075 (0.087)	0.054 (0.056)	-0.053 (0.033)	0.019 (0.128)	-0.026 (0.045)	0.228 (0.275)	0.014 (0.071)
D_1	0.018 (0.022)	-0.029 (0.230)	-0.022 (0.121)	-0.040* (0.021)	0.006 (0.046)	0.058 (0.064)	0.103** (0.052)	0.018 (0.328)	0.021 (0.053)
D_2	0.022 (0.040)	0.143 (0.300)	0.072 (0.137)	-0.026 (0.035)	-0.036 (0.060)	0.069 (0.093)	0.110* (0.061)	-0.068 (0.342)	-0.077 (0.074)
D_3	0.016 (0.047)	-0.422 (0.326)	0.392*** (0.146)	-0.010 (0.040)	0.030 (0.067)	-0.004 (0.128)	0.149** (0.071)	-0.099 (0.316)	-0.095 (0.096)
D_4	0.018 (0.053)	0.328 (0.348)	0.358*** (0.135)	0.009 (0.036)	0.074 (0.065)	0.004 (0.138)	0.100 (0.072)	-0.106 (0.256)	-0.102 (0.101)
D_5	-0.034 (0.056)	0.433 (0.305)	-0.050 (0.118)	-0.003 (0.029)	-0.025 (0.052)	-0.040 (0.092)	0.064 (0.067)	-0.091 (0.202)	-0.028 (0.099)
户主特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
家庭特征	是	是	是	是	是	是	是	是	是
省份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
年份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是
观测值	9074	8039	8037	9050	8902	7225	8540	8800	8951
R^2	0.530	0.070	0.102	0.534	0.369	0.222	0.317	0.681	0.344

五、结论和政策启示

在经济衰退期间,各国政策制定者往往会采取一系列措施来刺激消费需求,包括临时税收减免和耐用品价格补贴,研究消费者面对政策冲击时如何反应极具政策意义。本文利用2003—2013年间的农村家庭层面的微观调查数据,第一次全面系统地分析了家电下乡政策对农村家庭消费的动态影响。本文的研究结果显示:家电下乡政策的实施显著促进了农村家庭对耐用品的消费,在政策实施期间,平均而言使耐用品消费支出显著增加了19.4%。动态地看,在政策实施的第二年和第四年,家庭耐用品消费支出分别显著增加了42.3%和56.2%,耐用品消费支出的增长是家电下乡政策最直接的影响。此外,高收入家庭在耐用消费品上对政策反应更大;低收入家庭由于预算约束和流动性约束等原因,仅日用品、燃料等低成本消费品的支出有较为明显的增长。

总体而言,家电下乡政策在拉动国内消费增长方面取得了比较显著的成效,对激活农民购买能力,扩大农村消费发挥了积极作用。然而也应该看到,异质性消费者的存在会显著影响政府刺激消费政策的效果,消费增长主要集中于高收入家庭,低收入家庭的消费支出增长非常有限。在短期内,

政策除了在一定程度上加剧了消费不平等外,我们更应该注重对于其他政策的启示。新冠疫情以来,我国推出的一系列促进内需的政策,如油车促销、家电家具家装优惠促销、消费扶贫等,都可视为对不同群体进行条件转移支付来促进消费潜力的释放进而促进经济增长。而要建设更加强大的国内市场,加快构建以国内大循环为主体的新发展格局,就需要深入研究不同群体的消费倾向和异质性表现,使政策能覆盖更广泛的群体。本文的研究结果反映出农村低收入家庭存在比较严重的流动性约束,消费的增长基本上还依赖于家庭收入的增长,促消费的核心在于提高家庭收入。因此,就切实提高农民生活品质、促进城乡居民协调发展而言,国家还应将政策向低收入群体倾斜。当然,政策造成的影响是多方面的,如家电行业本身也随之快速发展,政策会促使企业扩张其零售分销范围,增加了产品在市场上的可用性和可及性,这也是改善消费者福利的重要机制之一(Xiao et al,2020)。限于研究选题和数据条件,本文的研究仅限于评估政策对家庭消费的影响,不涉及对家电企业和行业所受影响的分析,也无法全面评估政策的收益和成本。

2019年初,在发改委等十部委联合出台的24项举措中,提出有条件的地方可通过给予居民补贴,来支持绿色、智能家电销售,促进空调、冰箱、洗衣机和厨电热水器等6大类家电产品更新换代。该方案建议各地根据自身实际情况,充分借鉴以往“节能产品惠民工程”等类似政策的实践经验,本文的研究结论对于当前刺激消费政策具有很重要的启示意义:第一,可设置阶梯式补贴与最高限价,以满足不同收入水平家庭的需求,尤其应关注低收入家庭。第二,可借鉴家电下乡政策的实施经验,在宣传、补贴流程等方面进行改进,尽可能降低政策参与成本。第三,应当关注政策对不同群体的挤出效应和间接影响,扩大政策效果的覆盖面,释放农村居民的消费潜力。

最后,需要指出的是,2019年的刺激家电消费新政与十年前的家电下乡政策相比,在政策出台的社会经济背景和政策目标方面都有所区别,补贴手段和实施方式也存在差异。例如,此次刺激家电消费政策并不在国家层面直接给予财政补贴,也不要求各地区强制推动和实施,而是鼓励和引导地方政府给予补贴,允许地方政府自由选择实施方式。在预判政策影响时,应充分考虑上述区别,新的刺激消费政策的影响究竟如何,还有待于更严谨的经验分析。

参考文献:

- 高梦滔 毕岚岚 师慧丽,2008:《流动性约束、持久收入与农户消费——基于中国农村微观面板数据的经验研究》,《统计研究》第6期。
- 李敏 石涛,2011:《“家电下乡”产品的消费需求意愿及影响因素分析——基于湖北省农户调查数据》,《中国农村经济》第9期。
- 荣昭 盛来运 姚洋,2002:《中国农村耐用消费品需求研究》,《经济学(季刊)》第3期。
- 万广华 张茵 牛建高,2001:《流动性约束、不确定性与中国居民消费》,《经济研究》第11期。
- 王非 洪银兴 戴蕾,2010:《耐用消费品价格补贴政策及其福利效应研究——基于农村家庭的考察》,《中国工业经济》第1期。
- 汪浩瀚 唐绍祥,2009:《不确定性条件下中国城乡居民消费的流动性约束分析》,《经济体制改革》第5期。
- 王文娟 李京文,2011:《后家电下乡时代农村家电消费需求分析》,《中国工业经济》第4期。
- 叶海云,2000:《试论流动性约束、短视行为与我国消费需求疲软的关系》,《经济研究》第11期。
- 于文超 殷华,2015:《财政补贴对农村居民消费的影响研究——基于“家电下乡”政策的反事实分析》,《农业技术经济》第3期。
- 朱诗娥 杨汝岱 吴比,2018:《中国农村家庭收入流动:1986—2017年》,《管理世界》第10期。
- 臧旭恒 贺洋,2014:《农村居民消费政策影响机制及政策效力分析》,《经济学动态》第5期。
- 郑筱婷 蒋奕 林曦,2012:《公共财政补贴特定消费品促进消费了吗?——来自“家电下乡”试点县的证据》,《经济学(季刊)》第4期。
- Campbell, J. Y. & N. G. Mankiw(1989), “Consumption, income, and interest rates: Reinterpreting the time series evidence”, *NBER Macroeconomics Annual* 4:185—216.
- Chah, E. Y. et al(1995), “Liquidity constraints and intertemporal consumer optimization: Theory and evidence from durable goods”, *Journal of Money, Credit and Banking* 27(1):272—287.

- Chyi, Y. L. & C. H. Huang(1997), “An empirical study of the ‘rule of thumb’ consumption model in five East Asian countries”, *Applied Economics* 29(10):1271—1282.
- Gali, J. et al(2007), “Understanding the effects of government spending on consumption”, *Journal of the European Economic Association* 5(1):227—270.
- Green, D. et al(2020), “Accelerator or brake? Cash for clunkers, household liquidity, and aggregate demand”, *American Economic Journal: Economic Policy* 12(4):178—211.
- Himarios, D. (2000), “How forward looking are consumers? Further evidence for the United States”, *Southern Economic Association* 66(4):991—1000.
- Natvik, G. J. (2012), “Government spending shocks and rule-of-thumb consumers: The role of steady state inequality”, *Scandinavian Journal of Economics* 114(4):1414—1436.
- Rampini, A. A. (2019), “Financing durable assets”, *American Economic Review* 109(2):664—701.
- Xiao, P. et al(2020), “The effects of a government’s subsidy program: Accessibility beyond affordability”, *Management Science* 66(7):2801—2825.

The Dynamic Effects of Stimulating Consumption Policy —Evidence from “Home Appliances to the Countryside”

ZHANG Chuanchuan¹ WANG Yueqin² YANG Rudai³

(1. Zhejiang University, Hangzhou, China;

2. Central University of Finance and Economics, Beijing, China; 3. Peking University, Beijing, China)

Abstract: During the 14th Five-Year Plan period, it is necessary to shift the economic growth model from investment-driven to consumption-driven. Rural consumption, which has a large growth potential, is crucial to smoothing the domestic circulation. In this context, improving policy design through evaluating the effects of various rural consumption-stimulating policies becomes a focus of academic concern. This paper uses data from the Rural Fixed Point Survey and employs an event study approach to estimate dynamic impacts of the “home appliances to the countryside” program (*Jiadian Xiaxiang*) on consumption among rural households. The results show that the policy has significantly promoted household consumption of durable goods. In particular, household consumption of durable goods increased by 42.3% and 56.2% in the second and fourth year of the policy implementation, respectively. In addition, the increase in consumption of durable goods is much more pronounced among high-income households. Among low-income households, the policy only promoted consumption of daily necessities and fuel due to the tight budget constraint and liquidity constraint. These findings imply that the effect of consumption-stimulating policies is larger when the share of non-Ricardian consumers is lower, which hence relies on increasing the disposable income of rural households.

Keywords: Consumption; Transformation of Growth Model; Home Appliances to the Countryside; Rural Households

(责任编辑:刘新波)

(校对:刘洪愧)