

分类号 F84
UDC 95

密级 公开
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

论文题目 婚姻幸福感对于家庭商业保险参与的影响

研究生姓名: 王博琳

指导教师姓名、职称: 张宗军、教授

学科、专业名称: 应用经济学、保险硕士

研究方向: 保险经营管理

提交日期: 2024年6月3日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 王博琳 签字日期： 2024年6月3日

导师签名： 张华 签字日期： 2024年6月3日

导师(校外)签名： _____ 签字日期： _____

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 王博琳 签字日期： 2024年6月3日

导师签名： 张华 签字日期： 2024年6月3日

导师(校外)签名： _____ 签字日期： _____

The effect of marital happiness on family business insurance participation

Candidate :Wang Bolin

Supervisor:Zhang Zongjun

摘 要

近年来,我国不断加速推进保险行业发展,商业保险的发展日新月异,其规模已跃居全球首位。作为我国社会保障体系的重要补充和广大居民的重要保障来源,商业保险一直以自身发展助推经济社会的高质量发展。随着我国现代市场经济体制改革的步伐日益加快,居民的生活水平稳步提升,不断迈向新的高度。然而在这一过程中,我国居民的消费能力虽然不断提升,对于有效保险的实际需求却没有相应增长,导致商业保险参与度有限。这种商业保险的低参与度在微观上限制了家庭应对风险和管理财务的能力,在宏观上也影响了保险行业的进一步发展和扩大。因此,在消费能力日益上升、产品供给逐渐丰富的背景下,挖掘我国商业保险市场的“有限参与”现象的深层原因,能够进一步为我国商业保险市场的增长潜力提供线索。在商业保险的需求因素中,主观因素的作用越来越受到重视,婚姻,作为人类社会最基础的社会关系,其稳定性和幸福感对个体生活及国民经济具有深远的影响。婚姻幸福感,这一非理性因素,在社会发展中逐渐凸显其重要性,对居民生活品质 and 国民经济状况产生着不可忽视的作用。因此,我们不禁要探讨,婚姻幸福感是否会对家庭商业参与产生积极的影响?以家庭个体作为研究对象,探究婚姻幸福感对家庭商业保险参与的影响,理清二者之间产生影响的传导路径显得尤为重要。

本文基于马斯洛需求层次理论、前景理论和心理账户理论等多个理论框架,对婚姻幸福感与家庭商业保险参与之间的关联进行了深入探究。在实证分析方面,本文充分利用了中国家庭追踪调查(CFPS)在2014年、2018年和2020年三年的问卷数据,采用双向固定效应模型和Probit模型,以家庭商业保险的参与程度与参与决策作为被解释变量进行了回归分析。此外,为了深入探究背后的作用机理,本研究进一步采用了中介效应模型作为分析工具,通过该模型对潜在的传导路径进行了详细的验证和考察,并从城乡差异和是否拥有子女的差异视角进行了异质性分析。实证结果发现:(1)婚姻幸福感与家庭对商业保险的参与程度、参与决策呈正向变动关系,家庭婚姻幸福感越高,则居民对于家庭商业保险的购买意愿越强烈,且家庭商业保险支出越大;(2)婚姻幸福感能够通过改变家庭的风险偏好,进而促进家庭商业保险支出;(3)婚姻幸福感的提升能够通过增加社会信任,进而促进其对于家庭商业保险支出;(4)婚姻幸福感在城乡区

域不同以及是否拥有子女的情况下促进作用也具有显著差异。

基于以上结论，为加快我国现代保险业的发展，本文对政府、保险企业以及个人分别提出了建议：政府应增强保险知识的宣传普及力度，以提升民众对保险的认识，在采取措施增进居民婚姻幸福感的同时，促进商业保险市场的繁荣与发展，以提升商业保险需求；企业应进行深入的市场调研与需求分析，根据居民家庭婚姻中的实际状况，创新设计出更具有针对性的保险产品，可以提供附加服务，通过提升保险供给的品质来进一步激发市场需求增长动力；而居民个体应深入认识婚姻关系的核心意义，重视婚姻幸福感所带来的影响并合理的利用和处理，注重家庭子女数量和城乡区域对自身家庭带来的影响。

关键词：婚姻幸福感 商业保险 风险偏好 社会信任

Abstract

In recent years, the state has spared no effort to promote the development of the insurance industry, and the development of commercial insurance in our country has changed with each new day, and the total amount has become the first place in the world. As an important supplement to China's social security system and an important source of protection for the majority of residents, commercial insurance should promote the high-quality development of economic society with its own high-quality development. With the accelerating pace of the reform of China's modern market economic system, the living standards of residents are also steadily improving and constantly moving to a new height. In this process, although the consumption power of Chinese residents continues to improve, the actual demand for effective insurance has not increased correspondingly, resulting in limited participation in commercial insurance. This low participation in commercial insurance has limited the ability of households to cope with risks and manage their finances at the micro level, while also affecting the further development and expansion of the insurance industry at the macro level. Therefore, under the background of increasing consumption power and abundant product supply, exploring many factors leading to the phenomenon of "limited participation" in China's commercial insurance market can further provide clues for the growth potential of China's commercial

insurance market. In the demand factors of commercial insurance, the role of subjective factors has been paid more and more attention. Marriage, as the most basic social relationship in human society, has a profound impact on individual life and national economy with its stability and happiness. Marital happiness, an irrational factor, gradually highlights its importance in the social development, and plays a non-negligible role in the quality of life of residents and the state of the national economy. Therefore, we cannot help but explore whether marital happiness has a positive impact on family business participation. Therefore, taking individual families as research objects, it is particularly important to explore the relationship between marital happiness and family commercial insurance participation, and clarify the transmission path of the influence between them.

Based on Maslow's hierarchy of needs theory, prospect theory and mental account theory, this paper explores the relationship between marital happiness and family commercial insurance participation. In terms of empirical analysis, this paper makes full use of the questionnaire data of China Household Tracking Survey (CFPS) in 2014, 2018 and 2020, adopts two-way fixed effect model and Probit model, and conducts regression analysis with the participation depth and participation probability of family commercial insurance as explained variables. In addition, in order to further explore the underlying mechanism, this study

further adopted the mediation effect model as an analytical tool to verify and investigate the potential transmission path in detail through this model, and analyzed the heterogeneity from the perspective of urban-rural differences and differences in having children. The empirical results show that: (1) Marriage happiness is positively correlated with the depth and probability of family participation in commercial insurance. The higher the family marriage happiness is, the stronger the intention of residents to purchase family commercial insurance and the greater the expenditure of family commercial insurance; (2) Marital happiness can promote the family's commercial insurance expenditure by changing the family's risk appetite; (3) The improvement of marital happiness can promote the family's commercial insurance expenditure by increasing social trust; (4) The promotion effect of marital happiness is also significantly different between urban and rural areas and whether there are children or not.

According to the above conclusions, it is necessary to make joint efforts to accelerate the development of modern insurance industry in our country. This paper puts forward suggestions to the government, insurance companies and individuals respectively. The government should strengthen the publicity and popularization of insurance knowledge to enhance people's understanding of insurance, and promote the growth of demand for commercial insurance market while enhancing

the happiness of marriage. Enterprises should combine the actual situation of marriage problems, innovate and enrich the types of commercial insurance products, provide additional services, and further stimulate the growth momentum of market demand by improving the quality of insurance supply. Individual residents should have a deep understanding of the core meaning of marital relationship, pay attention to the impact of marital happiness and make reasonable use of and deal with it, and pay attention to the number of children in the family and the impact of urban and rural areas on their families..

Keywords: Marriage happiness; Commercial insurance; Risk preference; Social trust

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景及意义	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究意义	2
1.2 研究方法与内容	4
1.2.1 研究方法	4
1.2.2 研究内容	4
1.3 本文可能的创新点及不足之处	6
1.3.1 可能的创新点	6
1.3.2 不足之处	7
2 文献综述与概念界定	8
2.1 文献综述	8
2.1.1 影响商业保险参与的客观影响因素	8
2.1.2 影响商业保险参与的主观影响因素	9
2.1.3 幸福感对家庭消费行为决策的影响	10
2.1.4 研究述评	11
2.2 相关概念界定	12
2.2.1 幸福感的内涵、构成与测度	12
2.2.2 婚姻幸福感的概念构成	13
2.2.3 家庭商业保险	14
3 理论分析和研究假设	16
3.1 婚姻幸福感对家庭商业保险参与影响的理论分析	16
3.1.1 马斯洛需求层次理论	16
3.1.2 前景理论	17
3.1.3 心理账户理论	19
3.2 婚姻幸福感对家庭商业保险参与影响的研究假设	19

3.2.1 理论逻辑	20
3.2.2 婚姻幸福感影响家庭商业保险参与的作用机制	21
4 婚姻幸福感对家庭商业保险参与影响的实证分析	23
4.1 数据处理、变量选择及模型设定	23
4.1.1 数据来源	23
4.1.2 变量选择	23
4.1.3 描述性统计	24
4.1.4 模型设定	25
4.2 实证结果及分析	26
4.2.1 基准回归结果：婚姻幸福感对家庭商业保险消费	26
4.2.2 内生性检验	26
4.2.3 稳健性检验	29
4.2.4 机制分析：婚姻幸福感对商业保险参与的中介因素	32
4.3 异质性分析	35
4.3.1 城乡异质性	35
4.3.2 是否拥有子女的异质性	36
5 研究结论与政策建议	39
5.1 研究结论	39
5.2 政策建议	40
5.2.1 政府角度	40
5.2.2 企业角度	41
5.2.3 个人角度	42
参考文献	44
后 记	51

1 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

保险业作为金融体系不可或缺的重要支撑力量,通过风险管理和经济补偿机制,在为社会经济稳健发展提供有力支撑的同时为社会稳定保驾护航。当下,作为中国社会保障架构中不可或缺的一环,以及民众重要的安全网,商业保险应当通过其自身的优质发展,为经济与社会的全面进步提供助力。2014年《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》中曾强调,商业保险应被强化为社会保障体系多层次结构中的核心力量,目标是让其逐渐承担起个人和家庭保障计划的主导角色。为个人和家庭提供更加全面和定制化的保障方案并有效地为社会保险提供补充,确保在面对各种风险时,社会成员能够获得更加充分和多元的保护。通过这种方式,商业保险将在构建更加坚实和综合的社会保障网络中发挥至关重要的作用。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中也多次提到,在全面促进健康中国的进程中,我们需要逐步构建一个长期护理保险体系,并且积极扩展商业医疗保险的范围。

当前,我国现代市场经济体制的改革步伐正持续加快,居民的生活水平也在稳步提升。然而,值得注意的是,我国居民的有效保险需求与其日益增长的消费能力并未形成良好匹配,商业保险市场的“有限参与”现象仍然显著。在2021年,中国的保险深度为4.15%,低于全球平均的5.96%,并且远低于欧美等发达国家的保险市场10%以上的水平。同年,中国人均保险支出为520美元,相比之下全球人均均为661美元,发达保险市场保险密度大多位于3000-5500美元之间,截至2022年,中国的保险深度达到了3.88%,保险密度为3326元(约476美元)。另一角度而言,以美国为参照点,2022年,美国的人均GDP约为我国的6.02倍,但其保险密度约为我国的12.57倍。以上数据能在一定程度上反映出我国商业保险“有限参与”情况。而商业保险的低参与度也限制了家庭在微观上应对风险和管理财务的能力,同时在宏观上,商业保险也能够推动居民消费,有效促进居民家庭消费水平扩容和消费结构优化,从而降低家庭经济脆弱性、缓解不确定性,

有效释放居民消费潜力，故商业保险有限参与也限制了居民消费的进一步推进，同时制约了保险行业的成长和扩张。

因此，在消费能力日益上升、产品供给逐渐丰富的背景下，深层次挖掘导致我国商业保险市场的“有限参与”现象的因素，能够为进一步提升我国商业保险市场的增长潜力提供线索。在商业保险的需求因素中，主观因素的作用受到了越来越多的重视。部分研究表明家庭风险意识淡薄、对商业保险认知不足等，是导致保险需求不足的部分因素。但居民的主观因素对商业保险需求的影响还有待进一步探索。

众多神经学和心理学的研究结果显示，情绪状态，尤其是幸福感，在人们进行经济决策时扮演着举足轻重的角色。幸福作为国家和社会的核心价值观理念，不仅是民众的主观感受，也代表着民众对未来生活质量与水平的期待，国民的幸福度具有至关重要的意义。对于已婚居民来说，其主观幸福感受家庭婚姻因素影响较大。一方面，婚姻作为人类社会最基础的社会关系，家庭的婚姻幸福感是人们生活中关键的幸福源泉之一。另一方面，个人的幸福感也会影响婚姻幸福感。近年来，我国结婚率持续下滑，离婚率却急剧上升，婚姻幸福感和满意度的评估与研究显得更为重要。

婚姻幸福感作为个人主观因素的一个侧面，是否会对家庭商业参与决策产生影响？家庭参与商业保险的概率和参与水平受到哪些因素的影响？又是如何影响家庭商业保险的参与？对这一问题的探讨不仅为我国家庭商业保险参与度有限的现象提供了新的阐释角度，同时也为不同情况的家庭进行个性化财务选择，以助力更多家庭享受保险所提供的保障作用，满足其多元化的金融消费需求。这对于增强居民生活幸福感，促进婚姻幸福感具有重大意义。

1.1.2 研究意义

(1) 理论意义

目前，相关文献对家庭参与商业保险的影响因素主要集中于人口统计特征、家庭经济特征和居民主观态度等方面，其中部分研究探讨了婚姻状况和幸福感如何影响家庭经济决策，但这些文献中，对婚姻状况的考察更多聚焦于婚姻状态，对婚姻质量的考察鲜有涉及；而幸福感这一主观因素所反映的信息难以由单一指

标充分反映,而现有关于幸福感的研究往往仅考察受调查者关于幸福感的主观回答,对幸福感的情景划分不够充分。本文尝试将婚姻与幸福感相结合,不仅拓宽了关于婚姻对经济决策的研究视角,又对幸福感这一主观因素进行了全新视角的情景拆解,能够丰富相关领域的研究。这可能会为未来中国家庭商业保险市场参与度的提升提供思路。

(2) 现实意义

首先,鉴于全球范围内各国经济、体系、文化、风险管理观念等的显著差异,直接套用他国的研究结论往往难以准确反映我国的实际情况。因此,本文选择基于国内微观数据进行深入研究,旨在通过深入分析我国特有的社会经济现象和居民风险管理行为,得出更加贴近我国实际状况的结论。这样的研究方法不仅能够提高研究的针对性和实用性,也有助于为我国保险业的健康发展提供更为精准的政策建议和实践指导。

其次,深入研究居民婚姻幸福感与商业保险参保行为之间的联系,能够引起社会对家庭层面婚姻幸福感问题以及商业保险作用的关注,从而促进家庭商业保险市场的参与程度。充分发挥商业保险市场的潜力。对于保险公司而言,本文的研究结论可对未来保险公司的产品设计及推广策略提供一定参考,随着科技的进步和数据的深度挖掘,商业保险产品正逐渐摆脱传统的标准化模式,向个性化、定制化方向迈进,对于不同的家庭,根据家庭主观情绪、心理状态的不同,为他们量身定制保险计划,满足消费者的多元化需求,实现差异化竞争,为家庭风险管理和财务规划提供更加全面、高效的保障。

最后,从个人出发,本文的研究有意向引导大众深刻理解婚姻质量与婚姻幸福感对个体生活的影响,认识到身心健康对经济层面的影响和重要性。通过树立正确的风险管理观念,通过增强风险意识,积极利用商业保险等风险管理工具,更好地应对生活中的各种挑战,保障自身及家庭的幸福安康。

1.2 研究方法与内容

1.2.1 研究方法

本文主要运用以下几种方法：

(1) 文献研究法。在撰写论文的过程中，首要且不可或缺的一步便是广泛而深入地开展文献的阅读与搜集工作，并对所获取的资料进行有条理的整理。这一步骤对于确保论文内容的充实性、学术性以及创新性具有至关重要的作用。本文回顾了商业保险参与的主客观影响因素、关于婚姻幸福感的内涵研究和测度研究以及幸福感对家庭消费行为决策的影响的文献，并依托相关文献的可靠结论，支撑起选题的基本观点。

(2) 实证研究法。本文使用三年中国家庭追踪调查的面板数据，针对婚姻幸福感对家庭商业保险市场参与决策与参与程度的影响，分别运用 Probit 和双向固定效应模型进行研究，并进行内生性检验和稳健性检验，然后进行城乡差异和是否拥有子女的异质性分析，并运用中介效应模型对风险偏好、社会信任两个传导机制进行检验。

(3) 统计分析法。通过收集与主题相关的数据，运用统计工具和方法对数据进行处理、分析和解释，从而揭示数据的内在规律和特征，支持或验证论文中的观点和研究假设，本文在进一步研究中将全部样本按不同方式拆分，对比分析了不同情况的家庭商业保险购买行为受到婚姻幸福感的异质性。

1.2.2 研究内容

本文研究思路如图 1.1 所示：

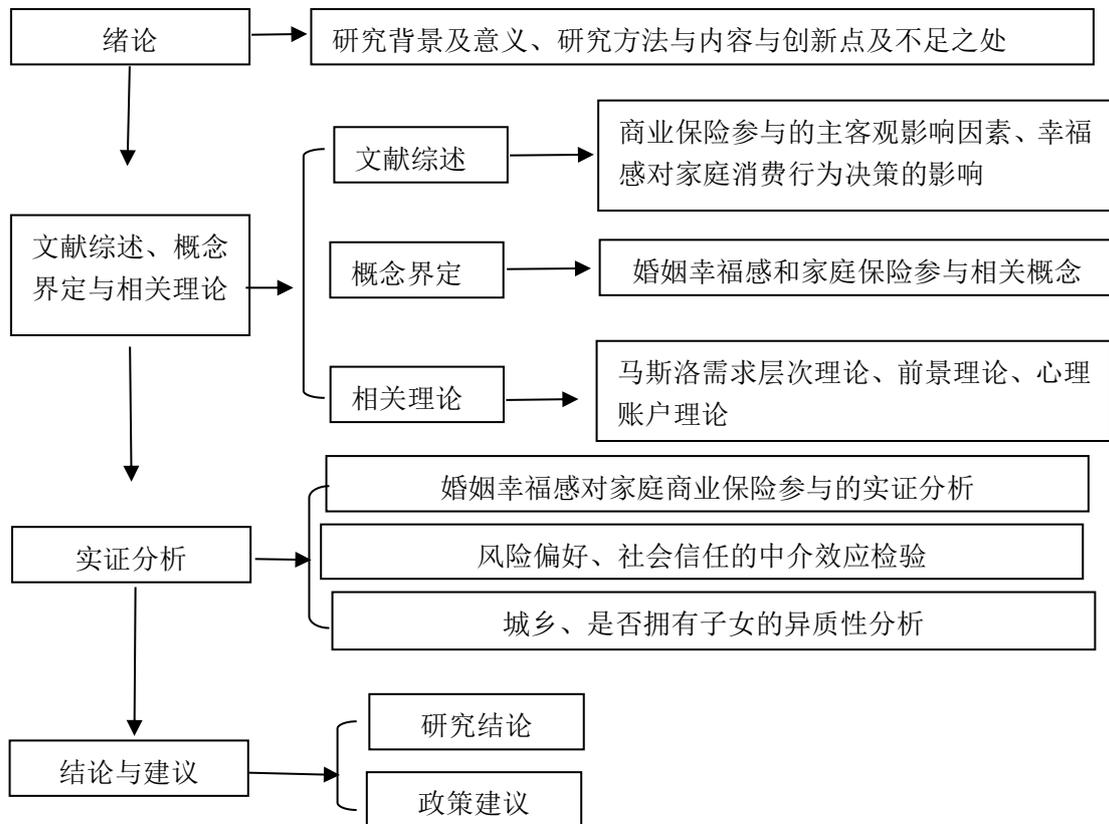


图 1.1 研究思路

第一章是绪论。本文首先详细阐述了选题背景，强调了研究的重要性及其实践意义。随后对研究内容进行了全面概述，并介绍了所采用的研究方法，最后指出研究的创新点以及可能存在的不足之处，为后续的深入研究提供了方向。

第二章是文献综述、概念界定与相关理论。首先梳理与本研究相关的文献资料，其次明确基础概念的定义，最后讨论相关理论与本文的关系和对本文研究的启示。文献回顾主要包括三部分：一是关于家庭商业保险参与行为研究的文献，二是关于婚姻幸福感的内涵研究和测度研究；三是幸福感对家庭消费行为影响的研究文献，最后再进行文献综评。

第三章进行婚姻幸福感对家庭商业保险参与影响的理论分析和研究假设。基于对以往研究的梳理，联系相关理论，分析婚姻幸福感对商业保险参与的理论分析。然后根据文献和理论提出假设，具体包括婚姻幸福感影响家庭商业保险参与的理论逻辑和作用机制。

第四章对婚姻幸福感对家庭商业保险参与影响的实证分析。首先说明了研究以多年中国家庭动态跟踪调查为数据来源,通过合并问卷、筛选处理,得到了相关变量。然后本研究将介绍实证分析所需的基本变量以及所采用的回归模型,用描述性统计方法,对样本数据进行初步的刻画,以便更全面地了解样本的基本情况和特征。然后再使用双向固定效应模型、Probit 模型从参与决策和参与程度的角度分别考察婚姻幸福感对家庭商业保险参与的影响,同时考虑使用 PSM 进行回归检验以排除研究的内生性。与此同时,本章针对结果进行了稳健性检验以及针对户主是否拥有儿女、城乡不同的家庭分组进行了异质性检验。针对前面的结果基础上,构建中介效应模型,从风险偏好、社会信任两方面讨论作用机制。

第五章为本研究的结论和建议。本章针对基于理论分析假设以及实证检验结果得出的研究结论,并基于我国当前情况,提取出若干提升家庭参与商业保险市场活跃度的可行策略与建议,以期为我国商业保险市场的健康发展提供有益参考。

1.3 本文可能的创新点及不足之处

1.3.1 可能的创新点

第一,首次使用中国数据定量评估了婚姻幸福感对家庭商业保险参与的影响。近年来,中国家庭商业保险消费的低迷状况引起了学术界的广泛关注。尽管有不少研究从社会互动、金融素养等角度出发,并已经开始关注家庭商业保险参与的微观经济后果,但鲜有研究深入探讨家庭生活本身对商业保险参与的影响。本文旨在从婚姻幸福感的视角出发,对家庭婚姻幸福感与商业保险参与之间的关系进行定量分析,以期填补这一研究空白。

第二,本研究以多年的中国家庭追踪调查(CFPS)的数据为基础,有效地控制了个体固定效应对研究结果的潜在影响。家庭财务状况往往是个体自主选择的结果,而婚姻幸福感则受到性格乃至遗传因素的深刻影响。换言之,这两者都可能受到个体固有特征的影响,这可能导致使用最小二乘法进行回归时结果出现偏差和非一致性。因此,为了更准确地评估家庭婚姻幸福感对商业保险参与的影响,本文在研究中充分考虑了个体固定效应的影响。

1.3.2 不足之处

一是由于中国家庭追踪调查汇总问卷的调查数据并不都是全样本的，数据有限，且部分变量存在大量缺失值，因此本文使用 2014 年、2018 年、2020 年的不平衡的面板数据进行分析，无法利用各个家庭的追踪数据进行面板模型更深入的探索研究。

二是本文对于影响居民购买商业保险的因素可能有遗漏，本文的控制变量主要是从微观层面选取的家庭特征及个体特征，未将经济发展状况等宏观因素纳入模型之中，之后可以从宏观角度出发加入一些相关的变量来进行研究，以期能够得出更为充分的结论。

2 文献综述与概念界定

2.1 文献综述

保险需求理论的发展经历了早期保险需求理论和现代保险需求理论两个阶段。早期保险需求理论强调了个体在面对潜在损失时,通过购买保险以转移风险,以期期望效用最大化为目标,为理解保险需求提供了初步的经济学解释,但是过于简化了人类行为,忽略了心理因素和市场环境对保险需求的影响。在消费者行为学的进步和风险分析理论的深化的过程中,新兴的保险需求理论随之诞生。这一理论假设消费者完全理性、拥有完全信息,并且保险赔偿能完全覆盖损失。然而,现实中消费者的理性和信息都是有限的,且获取信息存在成本,因此并不能完全解释保险消费行为。Mossin(1968)在期望效用理论的基础上,开创性地构建了基本的保险需求决策模型,探讨了不同保费情况下消费者的保险参与决策。在这之后,为了进一步完善新古典保险需求理论的基本框架并提升其适用性,又有众多研究者相继对其进行了深入的补充和优化工作,但仍是建立在不合理的前提假设上的。

因此,随着行为经济学的蓬勃发展,国内外的学者开始从多元化的视角探讨商业保险参与的影响因素,以期更全面地揭示其内在机制,从考虑经济状况方向(收入、资产等)和主体特征方向(受访者年龄、受教育水平、家庭人口规模、婚姻状态等)以及主观偏好方向(社会互动、风险偏好、幸福感等)这些因素来研究对商业保险参与的影响。这些因素可以被归类为客观和主观两类影响因素。

2.1.1 影响商业保险参与的客观影响因素

关于商业保险需求的客观影响因素的研究已取得了较多成果。宏观水平上,现有研究文献体现于从社会、文化、传统习惯、社会保障、经济发展状况和数字经济等方面。黄寿山和李开斌(1999)认为经济结构和水平、社会、文化、法律环境、保险监管都会对保险需求产生影响。卓志(2001)究显示,国家经济水平的迅猛增长能够有效推动商业保险需求水平的提升。栾存存(2004)认为国民收入的稳步增长能够刺激保险支出,进而推动保险业的蓬勃发展。栗芳(2004)的

研究表明,随着收入差异的进一步扩大,可能会观察到保险消费的递减趋势。然而,当个人收入水平提升至较高程度时,收入差距对国家保险需求的影响力可能不再显著。叶明华(2009)则认为实际可支配收入可以通过当期收入带动保险消费和收入累积带来的财富效应两种途径来保险需求起到正向作用。高明等人

(2021)认为,政府行政透明度、公共服务与法治水平能够通过影响信息传递与承诺有效性,来增强民众信任,从而提升参保积极性。张宗军和令涛(2020)认为,不同国家、区域的工业化水平、城镇化质量和老龄化程度造成了保险需求的差异,而不是GDP。刘雪颖和赵忠(2023)认为,数字鸿沟会显著降低农村家庭商业保险参与可能性和参与程度。

在影响商业保险参与的微观层面,主要集中于人口统计特征、家庭经济特征等方面。从人口统计角度,年龄(王宏扬,2017)、家庭规模、收入(张强和杨宜勇,2017)、人口结构(樊纲治和王宏扬,2013)、性别、婚姻状况(王晓全,2020)、教育程度(童杉杉和江生忠,2021)、金融知识(秦芳等,2016;李丁等,2019)、保险素养(李韬等,2020)、互联网使用(杨碧云等,2019)方言多样性(张诚等,2023)等均影响商业保险的参与。其次,商业保险需求受到家庭经济特征的显著影响。根据Albouy和Blagoutine(2001)对俄国保险市场的研究,他们发现家庭资产的增长会显著促进对商业保险的需求。孙祁祥和王向楠(2013)进一步研究表明人寿保险的购买会受到家庭财务相对脆弱程度和资产组合的影响而变化。陈开军和杜昶昱(2024)从微观层面上研究表明,房价上涨显著提高了家庭购买商业保险的概率的结果。

2.1.2 影响商业保险参与的主观影响因素

随着数据收集的完善,研究者在宏观和微观层面对社会、家庭及个人进行了实证研究,得出了许多具有理论价值和实际应用意义的发现。但是一些研究结果之间出现了矛盾,这可能是由于在分析保险需求时忽略了某些关键变量。由于经济活动本质上是社会行为,社会行为往往受到个人主观情绪等方面的影响,因此纳入主观因素的考量将使得研究结果更加符合现实情况。商业保险的参与决策与居民的主观态度,如社会互动、社会信任、风险态度、人格特征、幸福感、乐观预期等有关。何兴强和李涛(2009)从社会结构和社会特征的视角发现:社会

资本能推动居民的保险购买，而社会互动与购买行为没有显著关系。但李丁等人（2019）对社会互动与保险购买行为的关系持相反态度。魏华林和杨霞（2007）指出，与发达国家相比，中国家庭在保险消费上的显著差异主要源于对保险功能的了解不足和信任度较低，这影响了他们购买保险产品的意愿和勇气。此外，保险需求分析中的某些关键变量被忽视了。鉴于经济活动是社会行为的一种，将主观因素纳入研究能够使得结论更加接近实际情况。段军山（2016）指出风险态度对居民持有商业保险资产产生显著正向影响。赵青和段笑娜（2018）研究了大五人格特征对消费者购买商业保险的影响，其中只有外向性特质可以促进商业保险参与，这是因为外向的个体通常具有乐观和社交性的特点，这些特质有助于他们建立良好的人际关系，进而积极参与保险市场。此外，这类消费者在保险产品上的花费比例也相对较高。曹直等人（2020）认为幸福感与家庭商业保险参与和家庭商业保险参与规模呈现显著正相关关系，但这种影响主要在整体商业保险和人身保险中显著。周烁等（2022）研究发现，家庭对商业保险的购置意向受到户主乐观预期的正向影响，表现为户主的乐观预期程度与家庭购买商业保险的倾向成正比。

2.1.3 幸福感对家庭消费行为决策的影响

居民的主观幸福感，这一全面反映个人生活满意度的心理指标，汇聚了关于工作、家庭等多元化方面的个人体验和评价。尤为重要的一点是，主观幸福感通常是一个相对稳定的值，主要测量长期而非短期情感反应和生活满意度。适宜被整合进对经济行为决策影响的模型中。Easterlin（1974）提出“伊斯特林悖论，首次将幸福感纳入经济学领域的探讨，随后又有国外学者中提出，居民收入、个人年龄、性别、政治信念、宗教信仰、政治制度、社会教育、社会信任、通货膨胀、失业等一系列因素都显著影响了居民幸福感，而关于中国居民幸福感的研究文献也遵循着前人研究思路，并已经取得不错的进展（张学志和才国伟，2011），而对于幸福经济学的第三个主题“幸福效应”，即幸福感对居民行为决策影响最近几年才逐渐成为学术热点。

近年来，部分学者试图进一步将幸福经济学分析框架延伸到家庭金融行为领域（Rao et al., 2014）。但检验幸福感与家庭金融决策关系的文献十分有限，且

已有的结论也存在许多争议。家庭金融是金融系统的有机组成部分，相关研究的核心问题即是利用金融市场实现现有资源或财富在收益和风险两方面的最佳配置，以满足当期和未来的消费需求（甘犁等，2013）。在各种形式的家庭资产中，依据风险高低可以划分为现金及现金等价物、储蓄、债券、住房、股票等。Rao et al.（2014）研究认为，幸福感的提升，对于持有自有住房的居民而言，能显著提高其参与股票市场的概率以及持有比重。然而，对于没有自有住房的居民，这种关系虽然呈正向，但并不显著。此外，尽管幸福感与社会资本之间存在影响股票投资的机制，但与风险偏好和乐观态度之间，却并未发现显著的影响机制。然而，叶德珠和周丽燕（2015）实证发现，居民的幸福满意度与风险较低的金融产品投资储蓄显著正相关，而与股票购买行为的关系则呈现出不显著的负相关。这可能是由于当居民的幸福增强时，他们更可能表现出风险厌恶的态度，从而导致其投资决策行为趋向于更为保守。换言之，强烈的幸福感可能使居民在投资时更偏向于选择稳健的金融产品，而非风险较高的股票购买行为。综上所述，现有文献尚需要更多以对相关领域研究做必要补充。

对于婚姻幸福感，亦或婚姻质量、婚姻满意度等婚内价值情绪对包括家庭商业保险参与在内的家庭消费影响的相关文献很少，只有婚姻状况对家庭消费方面的文献，但是幸福感和婚姻幸福感具有很强的关联性，婚姻生活通常被人们视为幸福人生的一个重要组成部分，婚姻质量是决定家庭和睦与幸福的根本，婚姻是否幸福是体现是否幸福的主要因素，婚姻能够增强个体主观幸福感，在婚个体主观幸福感水平显著高于非在婚个体，已婚人士可通过协调家庭分工与投入来提升婚姻满意度，进而增强婚后幸福感。从而可以论证婚姻幸福感可以影响家庭层面的消费。

2.1.4 研究述评

虽然现有的文献已经从多个角度对商业保险参与行为进行了深入的探讨，但关于婚姻幸福感与家庭商业保险参与行为之间的关系仍显得相对缺乏。期初关于保险需求的研究，多建立于理论层面，进行模型建构，然而随着数据库的日益完善，越来越多的学者开始从各种角度进行实证分析，并得出了许多结论，其中不乏具有执行力的想法。但是，目前的一些结论还存在这彼此对立的情况，研究过

程中关键变量的考量上的缺少可能是导致其情况发生的主因。因此，为了能够更贴近实际情况，应加入一些主观心理因素进行解读，这不仅有助于完善现有经济模型的缺陷，更能修正经济学中过于刻板的假设。婚姻幸福感这一关键主观因素，在以往的研究中并未受到足够的重视，相关文献相当匮乏且缺乏以中国为背景的研究。由于婚姻幸福感其复杂且主观的特性，其量化过程充满挑战，这也为构建普适模型来分析经济行为与婚姻幸福感之间的关系带来了难度。因此，目前的研究尚未能准确揭示婚姻幸福感与经济行为之间的因果关系，这也预示着该领域仍存在大量的研究机会。本文致力于采用实证量化手段，深入剖析婚姻幸福感与家庭商业保险参与行为之间的内在联系。

2.2 相关概念界定

2.2.1 幸福感的内涵、构成与测度

有关婚姻幸福感的研究是家庭心理的重要组成部分，也是研究人的心理健康的重要内容，世界各地不少人因婚姻困扰而寻求心理辅导，这一现象已经相当普遍。而对于幸福感和婚姻幸福感，学术界提出了众多不同的解释和理论。

幸福感的概念源自积极心理学，它描述了人类生活的积极状态。Wanner Wilson 在 1967 年发表的研究《自称幸福感的相关因素》引发了对此主题的广泛关注。随后，心理学中的情感幸福模型与社会学中的认知幸福模型相互融合，形成了主观幸福感 (Subjective Well-Being) 的理论框架。这一理论框架已经成为研究幸福感领域的主导，使得主观幸福感逐渐成为衡量幸福的代名词。

主观幸福感，简称 SWB，是基于个人设立的准则对自身生活品质进行的总体评估。这一概念包括了对生活的满意度、积极情绪的感受以及较少的消极情绪。当一个人对生活的满意程度更高，感受到更多的积极情绪并且较少体验消极情绪时，其主观幸福感就越强烈。因此，研究人员普遍认为主观幸福感是评价个人生活品质的一个重要的、综合的心理学指标。在哲学领域，快乐论被视为主观幸福感理论发展的渊源，其核心观点认为快乐本身就是幸福的同义词，与之对比的是研究范式实现论 (Eudaimonic)，这一理念强调幸福具有客观性，不受个人主观愿望的影响，涵盖了个体的自我提升、实现自我目标和达成个人成就，视为个人内

在潜力得到最佳发展的体现。在深入探究的过程中，社会幸福感概念的提出确实为幸福感的研究提供了一个更为全面的视角，它强调了个体与社会之间的互动关系对于个体幸福感的重要性，共包含五个维度，分别是社会整合、社会贡献、社会认同、社会接受与社会凝聚五个维度。社会幸福感的研究基于社会层面，为理解现代人的幸福感提供了新视角。

关于幸福感的测度，自幸福经济学诞生近五十年来，学术界对其核心概念“主观幸福感”的测量方法一直存在辩论。最初的幸福测量尝试可追溯至十八世纪后期，英国哲学家杰里米·边沁，他提出了一种评估快乐的方法，尽管他并未深入探讨其度量细节。在后续的研究中，学者们常采用单一变量的度量手段，如“世界价值观调查”（World Values Survey，简称 WVS）所采用的方法，询问受访者在综合考虑所有因素后对自身生活的幸福程度感受，并要求在 1 至 4 的数字范围内做出选择，其中 1 代表极不幸福，而 4 代表极度幸福。尽管这种单变量测量方法被广泛应用于多项研究和调查，它却遭到了哲学家、心理学家和经济学家的广泛批评，他们认为这种方法过于简化，对其有效性和可靠性持怀疑态度。行为金融学的进步促使许多研究者考虑将个人幸福度等情感因素融入到实证研究之中。在幸福度的衡量方法上，可以分为客观和主观两种标准。客观标准依赖于可观察的数据量化，例如个人收入和国内生产总值（GDP）。相对地，主观标准则基于个人情绪状态，将幸福度视为反映人们内在满足感的指标。鉴于人类对于幸福追求的无限性，幸福感受的决定因素是多方面的，单纯的经济指标往往不能充分解释人们的幸福感（Richard,1995）。

2.2.2 婚姻幸福感的概念构成

过去研究者在探讨幸福感时，往往关注于主观幸福感的层面，而将婚姻作为其中一个影响因素。然而，近年来，学术界开始认识到婚姻在塑造个人的生活观、提升幸福指标以及维护心理健康等方面扮演着关键角色。因此，学术界逐渐将关注点转移到了婚姻幸福感的研究上，并开始对此领域进行更为深入的探讨。根据 Aisyahetal（2022）的研究，婚姻幸福感与否与婚姻状况密切相关，那些认为自己婚姻质量不佳的人，其主观幸福感甚至低于单身者，相反，那些感觉婚姻状况良好的人，其幸福感水平超出了文献报告的水准。Frank（1990）认为，婚

姻幸福感指的是个人对于自身婚姻状态的满足度和快乐感的自我评估。在相关研究中，许多专家偏好采用“婚姻满意度”这一术语来描述已婚个体的婚姻生活质量。徐安琪（2002）认为婚姻的质量反映了伴侣在情感交流、经济状况、休闲活动、性关系以及相互间的团结力等方面在一定时间内的总体状态。这种评估基于个体的自我感受，并通过夫妇之间的适应方式及其实际效果来具体表征。龚继峰等（2009）认为，“婚姻幸福感”与“婚姻满意度”虽然都描述了夫妻从婚姻中得到的正面体验，但前者更侧重于情感层面的评价，而后者则融入了更多的认知因素。关于“婚姻质量”的理解存在分歧：一方面，个人感知学派认为它是基于当事人对婚姻幸福感和婚姻满意度的主观评价；另一方面，调适学派看重婚姻质量的客观性，将其视为夫妻关系的结构特征及其表现。尽管两个概念在研究中常被交替使用，它们之间的高度相关性和对其他变量的相似影响表明，这种做法并非无理。因此，本研究综合了国内外学者对婚姻质量和婚姻满意度的定义，以夫妻对婚姻关系中体验到的幸福感或满意感的主观评价作为婚姻幸福感的定义。

2.2.3 家庭商业保险

商业保险与社会保险是保险的两大类别。商业保险是一种商业行为，由被保险人自愿决定是否购买，与保险公司之间是自愿的契约关系。因此，人们购买商业保险的决策将受到更多方面的因素影响。尽管商业保险具有一定的盈利性质，但作为现代经济市场的一大支柱行业，商业保险与社会保险相互补充，承担其分散社会风险保证社会稳定的社会责任。

商业保险需求定义为在一定时期内在各种可能费率水平下，保险消费者愿意并有能力购买的保险产品的数量。因此，在经济学范畴内，家庭对商业保险的需求是意愿与能力的统一，不仅是需求欲望的体现还要考虑能力是否满足，必须同时满足两个层次的条件才能称之为商业保险的有效需求。

在家庭层面，家庭收入、消费水平、家庭资产、家庭规模、年龄、职业等等都会影响到家庭对商业保险的需求。家庭收入是影响家庭购买能力的主要因素，有学者认为家庭收入越高对商业保险的需求越高。家庭总资产的增加和家庭消费水平的提升亦对商业保险需求有促进作用，即家庭资产满足家庭基本的需求后，随着家庭资产的增多更需要商业保险来提供相应的安全保障，家庭消费水平的提

高也显示了家庭更有能力去进行保险的消费，最后，家庭规模对商业保险需求的影响无法简单衡量，因为家庭人口规模不仅会影响家庭的抗风险能力，还影响这家庭的人均收入，这两种变化均具有不确定性。同时，家庭所处的区域的经济水平、经济政策和市场环境以及社会文化环境等对于其商业保险需求的影响也不容忽视。具体而言，一个地区的经济繁荣程度及其金融环境的成熟度，会显著影响家庭对金融服务，特别是商业保险的认知与需求。在金融氛围浓厚的地区，家庭通常对包括保险在内的各类金融服务有更深入的了解和认识。这种深入的了解，也有助于减少城乡、区域之间对商业保险需求的差异性。同时，家庭所处的社会文化环境，如文化习俗、宗教信仰等，也会在心理层面潜移默化地影响消费者对商业保险的需求。不同的文化背景和宗教信仰可能导致家庭对风险的态度和应对方式存在差异，进而影响到对商业保险的认知和接受程度。

3 理论分析和研究假设

3.1 婚姻幸福感对家庭商业保险参与影响的理论分析

3.1.1 马斯洛需求层次理论

(1) 理论内容

上世纪 50 年代，20 世纪 50 年代，美国心理学家马斯洛提出了著名的需求层次理论，这一理论被认为是心理学领域的重要里程碑之一。根据马斯洛的理论，人类的需求可以被分为五种层次，这些需求按照优先级逐渐升级，从基本的生理需求到更高层次的自我实现需求。每种需求的满足都驱使人们向更高层次的需求转移，形成了一种动态的需求层次结构。

其具体内容为：首先是生理需求，这是人们最基本、最强烈的一种需求。它包括对食物、水、睡眠、性和生存空间等生存必需品的需求。如果这些基本需求得不到满足，其他更高层次的需求都无法被实现。一旦生理需求得到满足，人们就会转向对安全需求的追求。安全需求主要包括对人身安全、健康、财产安全以及对未来的稳定性和可预测性的需求。

当生理和安全需求得到满足后，人们会开始追求社交需求，即对人际关系和社交活动的需求。这包括对友谊、爱情、家庭和社会归属感的渴望。马斯洛认为，如果缺乏这种社交需求的满足，个体的心理健康和成长将受到影响。

随着社交需求的满足，人们会转向对尊重需求的追求。尊重需求分为自我尊重和他人的尊重。自我尊重包括对自己能力、成就和独立性的认可，而来自他人的尊重则包括地位、名誉和社会地位等方面的认可。马斯洛认为，尊重需求的满足对个体的自尊心和自信心至关重要。

最终，当前面四种需求得到满足时，个体将追求自我实现的需求。这种需求是对个体潜能的充分发挥和个人成长的渴望。即“一种想要变得越来越像人的本来的样子，实现人的潜能的欲望”。

总的来说，马斯洛的需求层次理论揭示了人类需求的层次结构和动态变化规律。这一理论对于理解个体行为和激励机制具有重要意义，也为心理学和管理学等领域的研究提供了重要的理论基础。

(2) 基于马斯洛需求层次理论的理论分析

社交需求方面：在婚姻中，如果夫妻间的社交需求得到满足，他们更可能共同参与购买商业保险的决定，因为这有助于增强家庭成员之间的情感联系和共同目标。

尊重需求方面：人们都有被他人尊重和自我尊重的需求。在幸福的婚姻中，家庭成员更可能感到被彼此尊重和认同，这增加了他们的信心和安全感，使他们更愿意通过购买商业保险来进一步巩固家庭的经济安全。

自我实现需求方面：这是最高层次的需求，涉及到个人成长、发挥潜能和追求个人目标。在婚姻中，满足自我实现需求的家庭成员更可能主动考虑购买商业保险，因为他们希望为家庭的未来创造更好的条件，实现家庭的共同目标。

3.1.2 前景理论

(1) 理论内容

1979年，Kahneman和Tversky在《Econometrica》发表了前景理论，该理论认为人们对收益和损失的反应存在差异，通常不是从财富的角度考虑问题，而是从输赢的角度考虑，关心收益和损失的多少。前景理论指出人们在决策过程中会产生三种效应：确定性效应、孤立效应和反射效应。确定性效应指在确定的收益和“赌一把”之间，多数人会选择确定的好处，即落袋为安心理。这反映了人们在面对确定的收益时，往往倾向于选择稳定且安全的选项，而不是冒险去追求更大的但不确定的收益；孤立效应指人们面对不同前景的选项进行选择时，他们往往会忽视所有前景所共有的部分，而只关注每个前景的独特之处。这种效应可能导致人们对某个前景的描述方法产生改变，从而影响其决策的变化；反射效应指人们在评估风险和收益时，对损失的重视程度通常超过对收益的重视程度。

如图3.1所示的价值函数，就是前景理论的基础。参考点作为价值函数的关键要素，其重要性不容忽视，效用水平的高低并非仅取决于实际的收益或损失，而是更多地依赖于与个体未来预期和目标相关的参考点相比较的结果。这一参考点往往受到决策主体个人主观意愿的深刻影响。观察价值函数曲线，其整体呈现出S型的形态，特别是在参考点两侧，曲线的形状呈现出明显的差异。在参考点右侧，曲线呈现出凸形的特征，而在参考点左侧，则呈现出凹形的特征，这种形

态恰恰反映了人们在面对不同情境时的风险态度：在获得收益时，人们往往表现出对风险的厌恶；而在面临损失时，却更倾向于追求风险。此外，值得注意的是，盈利时产生的正效用往往远低于损失时产生的负效用，这进一步揭示了人们对于风险的不同反应和偏好。

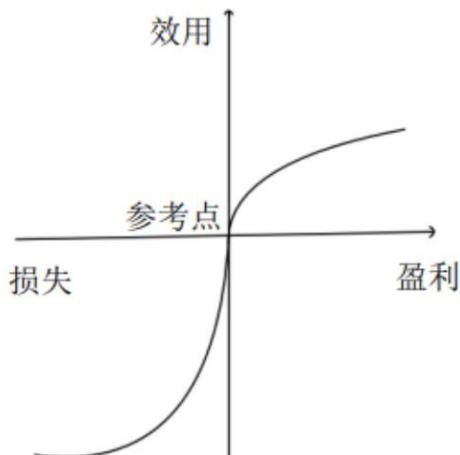


图 3.1 前景理论的价值函数

(2) 基于前景效用理论的理论分析

根据前景理论和价值函数的深入解析，我们可以得知，当个体因风险事件而蒙受损失时，在价值函数的横轴上，前景理论所揭示的价值函数，在盈利区间呈现出凹状特性，而在损失区间则展现出凸状特征。这一特性深刻反映了人们在面对收益与损失时持有不同的风险态度，这表明，损失带来的效用水平会大幅度降低，与人们在获得收益时的风险厌恶态度形成鲜明对比。这种效用水平的显著降低，进一步凸显了前景理论在揭示个体风险态度和决策机制方面的重要作用，为我们深入理解个体行为提供了有力的理论支撑，在幸福的婚姻中，家庭成员可能将购买商业保险作为增加安全感的手段，视为相对于当前“幸福”状态的得。而在不幸福的婚姻中，购买保险可能被视为一个额外的经济负担，与当前“不幸福”状态形成对比。在婚姻幸福感的影响下，家庭成员对潜在的损失（如健康风险）可能更加敏感，因此在幸福的状态下更倾向于通过购买保险来规避这些风险。

3.1.3 心理账户理论

(1) 理论内容

1985年，美国芝加哥大学教授理查德·萨勒（Richard Thaler）基于自己提出的“心理账户（Psychi Accounting）”概念，提出了心理账户理论，他强调人们会根据收入的来源不同，对其进行分类并存放于各自的心理账户中。这意味着，即使收入数额相同，但因其所属的心理账户不同，它们对个体具体行为决策的影响也会有所差异。这一理论为我们理解个体在面临经济决策时的心理机制提供了新的视角。

在面临经济决策时，这个系统并不遵循传统的经济学运算规律，而是遵循一种独特的心理运算规则。这种心理记账方式与经济学和数学的运算方式存在显著差异。在1999年，萨勒对“心理账户”进行了系统的总结，其研究主要包含三大方面：一是决策结果的感知与评价，涉及经济结果及情感反应；二是特定账户的分类活动，即资金按来源和支出分类，影响消费决策；三是账户评估频率和选择框架，不同时间框架下的决策会影响结果。这些研究揭示了人们在经济决策中的心理过程。

(2) 基于心理账户理论的理论分析

在心理账户理论的视角下，婚姻幸福感可能会促进个体对商业保险的参与。当个体将商业保险消费视为生存型心理账户的一部分时，婚姻幸福感较高的人可能会认为保险是对家庭未来安全和稳定的一种投资。这种感觉可能会激发他们更加自觉地为保险支付保费，将其视为一种必要的消费行为，以确保家庭在面临潜在风险时的财务安全。因此，婚姻幸福感通过增强个体对家庭未来的积极预期，可能会增加他们参与商业保险的意愿和行为，从而导致保费支出的稳定性。这种稳定的消费模式反映了个体对商业保险重要性的认识，以及对家庭幸福和安全的长期承诺。

3.2 婚姻幸福感对家庭商业保险参与影响的研究假设

家庭作为社会的基本单位，其稳定与否直接影响到社会的稳定和经济的发展。健康的家庭结构有助于维护社会的稳定，降低社会管理难度，使公共资源配

置更为计划性。随着国家经济的稳步发展，家庭消费力量也随之增强，进而推动经济的需求扩大，带动产业的发展 and 市场的繁荣。这对于我国保险业的稳定发展具有不可忽视的推动作用。对于研究保险业发展的理论与实践价值而言，深入探讨购买保险这一复杂社会行为背后所蕴藏的影响因素，深入分析这些因素产生影响的途径极为重要。这不仅有助于深化对保险行业发展趋势的理解，还能够为相关决策提供有力的理论支撑和实践指导，以期为推动保险业健康发展提供有益的启示。那么，家庭的婚姻幸福感真的会影响购买家庭商业保险参与？如果有影响，它的作用机制是什么？基于相关研究，本文提出了以下假设。

3.2.1 理论逻辑

现有文献未考虑到婚姻幸福感对商业保险参与的影响，综合前述文献综述与深入探讨，我们明确发现，幸福感对家庭商业保险参与具有显著的影响作用。这些研究以多样化的数据为基础，严谨地论证了个体幸福感与经济行为之间紧密关系的存在。这些发现不仅丰富了相关领域的研究内容，也为我们进一步理解家庭商业保险参与行为提供了有力支撑。同时，婚姻满意度日益受到学者们的广泛关注。这主要是因为婚姻满意度不仅直接关系到婚姻的稳固性，更对家庭成员的心理和生理健康产生深远影响。有研究指出，婚姻的幸福感与其状况紧密相关，那些自评婚姻状况不佳的个体往往表现出比未婚者更低的主观幸福感，而自评婚姻状况良好的个体，表现出更为优越的幸福感水平。这一发现不仅为我们深入理解婚姻幸福感的来源提供了重要线索，也进一步强调了婚姻满意度在个体心理健康和幸福感中的重要作用。

因此，婚姻幸福感作为人们生活中最为重要的幸福来源之一，也应对经济行为具有着重要影响，婚姻状态也对保险参与具有着显著影响，已婚居民会增加家庭商业保险的需求概率与程度，而家庭内部的婚姻幸福感对家庭的风险管理态度以及个体的心理健康和情绪稳定性等等因素都紧密相关。那么，婚姻幸福感作为一种主观感受，对商业保险这一金融产品的需求也会产生明显的影响。换句话说，婚姻幸福感可以显著提高家庭商业保险参与可能性和家庭商业保险参与规模。

假设 1：婚姻幸福感的提升对家庭商业保险参与有促进作用。

3.2.2 婚姻幸福感影响家庭商业保险参与的作用机制

(1) 风险偏好

个体消费者在日常生活中，可能会遭遇财产和人身安全方面的各种潜在风险，这些风险一旦发生，往往会导致显著的经济损失。正是基于这种风险的存在，保险需求才得以产生。对于已婚家庭而言，由于家庭人口结构的变动和成员数量的增加，家庭面临的风险因素也相应增多，这进一步提升了他们对于保险的需求。因此，可以说，风险的存在是保险需求产生的基石，而家庭结构的变化则进一步强化了这种需求；而个人情绪对消费者的风险态度具有重要影响，桑林（2019）的研究指出，家庭商业保险保费支出和占收入的比重受主观幸福感和户主的风险偏好程度的正向促进。周烁等（2022）认为人们的预期越乐观，风险偏好越强，越偏好购买投资型商业保险。

从婚姻幸福感的风险偏好角度看，在幸福的婚姻中，夫妻之间通常更加信任和依赖彼此，这使得他们更愿意共同面对和抵御风险。这种风险共担的心态可以增强家庭成员对风险的承受能力，从而降低对风险的担忧和不确定性，提升家庭的风险偏好程度，当家庭成员对风险的担忧减少时，他们更可能采取积极的态度去增加金融投资产品的持有。商业保险作为一种风险管理工具，可以为家庭提供经济保障，减少因疾病、意外或其他风险带来的经济损失。因此，在婚姻幸福的环境下，家庭成员的风险偏好更高，更可能倾向于购买商业保险来增强家庭的财务安全。此外，婚姻幸福感还可能影响家庭成员对未来风险的预期和态度。在幸福的婚姻中，家庭成员可能更有信心预测未来的积极发展，并相应地调整自己的风险偏好。这种乐观的心态可能导致家庭成员更加重视预防性措施，包括购买商业保险，以应对未来可能出现的风险。

假设 2：婚姻幸福感通过影响风险偏好进而促进商业保险参与。

(2) 社会信任

社会信任是社会资本形成的基础、能够提升社会资本的价值，而信任一直被视为任何亲密关系的必须品质之一，金融交易的核心在于货币与契约的交换，其顺利进行离不开信任这一基石。社会信任不仅关乎市场经济的稳定运行，也深刻影响着金融市场的发展态势。同时，它在家庭金融资产的配置过程中也扮演着举足轻重的角色（郑路和徐旻霞,2021）。已婚人士的婚姻幸福感越高的人，夫妻

生活更幸福，主观幸福感往往表现更加强烈，情绪更稳定，对未来的生活期望值更高，表现出越发信任、合作及亲和，社会交往中体现出越多的正能量，已有文献表明，家庭对社会的信任，会促进家庭的总消费（张海洋，2019），可以提高居民的商业保险参与（王泰等，2022），婚姻幸福感高的人群对政府也更有信心，对民主决策更加支持，社会信任降低了家庭的信息搜寻成本，降低投资者对于投资风险的感知程度，越相信商业保险带来的价值和效果，进而促进商业保险参与。婚姻幸福感越高，社会信任感越高，进而促进商业保险参与。

假设 3：婚姻幸福感通过影响社会信任进而促进商业保险参与。

4 婚姻幸福感对家庭商业保险参与影响的实证分析

4.1 数据处理、变量选择及模型设定

4.1.1 数据来源

本研究使用的数据选自中国家庭动态跟踪调查（Chinese Family Panel Studies, CFPS），是由北京大学中国社会科学调查中心（ISSS）负责实施的全国代表性微观层面研究数据。该调查项目具有广泛的覆盖面和具代表性的样本，每两年进行一次，具有权威性和代表性。这些数据为学术研究和公共政策分析提供了重要的基础，为本研究提供了包括商业保险支出和婚姻满意度等关键信息。

因为 2012 年、2016 年的 CFPS 调查数据中缺少核心解释变量“婚姻幸福感”的衡量指标，故在本文的实证研究中，我们仅选用了 2014 年、2018 年及 2020 年的中国家庭追踪调查（CFPS）数据作为分析依据。在 CFPS 调查中没有确定家庭户主，但确定了家庭的财务负责人，本文参考文洪星和韩青（2018）的做法，将财务负责人视作家庭的实际户主，将家庭问卷中的家庭财务回答人的 ID 与个人问卷中的个体 ID 进行匹配，从而合并两种问卷的数据，然后将再研究所需要的变量挑选出来。在针对研究所需变量进行筛选后，我们剔除了与问题答案不相关的无效样本，从而确保了数据的准确性和有效性。经过这一步骤保留 10878 户家庭合计 20012 个不平衡的面板数据。最后，为了剔除极端值和无效样本，对家庭资产和负债等连续性变量进行双侧 2.5% 的缩尾处理。

4.1.2 变量选择

（1）被解释变量

本文关心的被解释变量是家庭商业保险的参与决策和参与程度。CFPS 问卷中的相关问题是“过去 12 个月商业性保险支出”，即为商业保险参与程度。而对于参与决策，设置变量“是否参与商业保险”，对问题“过去 12 个月商业性保险支出”中回答为 0 的个体对“是否购买商业保险”赋值为 0，对于任意消费大于 0 的个体赋值为 1。

（2）解释变量

本文核心解释变量是婚姻幸福感。CFPS 的问卷中的相关问题是“总的来说，您对您当前的‘婚姻/同居’生活有多满意？”的问题，关于这一问题的回答，在问卷中赋值由 1 到 5，代表着婚姻幸福感不断提升，1 代表非常不满意，5 代表非常满意。同时保留已婚样本，剔除未婚、同居、离婚和丧偶样本。

（3）控制变量

参考以往文献，加入以下控制变量：家庭经济特征中，选择家庭净资产、人均家庭纯收入、是否持有金融产品；家庭成员特征中，选择家庭成员个数、家庭少儿占比；户主个人特征中，选择是否从事农业、户主年龄、年龄的平方项、性别、受教育年限、自评健康状况。

（4）中介变量

关于风险偏好，过往的研究在探讨家庭风险偏好这一因素时，大多都采用了储蓄型资产或问卷户主风险偏好赋值等变量选取方式，但本文所采用的三年的问卷中，2014 年和 2020 年并无风险偏好相关问卷调查。卢亚娟和殷君瑶（2021）的研究表明，高风险偏好的家庭，会更加倾向于增加对金融资产，尤其是各类风险性金融资产的投入。因此本文在选择风险偏好中介变量时选取了非房贷的金融负债与家庭净资产之比来衡量家庭风险偏好情况。

关于社会信任，本文参考张海洋等（2019）的设定，中介变量社会信任由问卷中的“认为大多数人是可信任的，还是和人相处要越小心越好？”，然后将“大多数人是可信任的”赋值为 1，将认为“要越小心越好”赋值为 0。

4.1.3 描述性统计

本文以家庭为研究对象，将家庭中家庭财务负责人作为户主，通过户主 ID 将 2014 年、2018 年和 2020 年的数据库进行匹配整合，将“不适用”“不知道如何回答”“拒绝回答”等变量异常取值转换为缺失值；删除存在变量缺失值的个体；删除“家庭净资产”等变量中取值为负数的个体（不具有代表性）；删除商业保险支出、社会捐赠支出和保健支出大于家庭总支出的个体（考虑为错误回答），共获得 10878 户家庭合计 20012 个的混合面板微观数据。考虑到极端值的影响，对连续型变量做上下 2.5% 缩尾处理；此外，本文对家庭净资产和人均家

庭纯收入均取对数处理。

表 4.1 描述性统计

变量	观测量	均值	标准差	最小值	最大值
商业保险支出(insure_w)	20,012	1,737	3,821	0	17,000
是否购买商业保险(buy)	20,012	0.318	0.466	0	1
婚姻幸福感(marital happiness)	20,012	4.457	0.887	1	5
风险偏好(risk_w)	19,991	0.0400	0.132	0	0.679
社会信任(trust)	19,950	2.763	1.986	1	5
人均家庭纯收入对数 (lnfincomeper_w)	20,012	9.513	1.012	6.908	11.51
家庭净资产对数(lnasset_w)	19,467	12.53	1.373	1.386	15.29
是否拥有金融产品(finp)	20,012	4.733	0.998	1	5
是否从事农业(agri)	20,012	0.516	0.500	0	1
家庭人口规模(familysize)	20,012	4.037	1.784	1	21
年龄(age)	20,012	50.86	12.89	16	95
年龄的平方(sage)	20,012	2,753	1,349	256	9,025
教育年限(edu)	20,012	7.994	4.439	0	20
性别(gender)	20,012	0.541	0.498	0	1
少人占比(child_ratio)	20,012	0.144	0.171	0	0.800
健康状况(health)	20,012	3.113	1.191	1	5

4.1.4 模型设定

家庭商业保险参与即包括参与决策，也包括参与程度。在参与决策模型中，家庭商业保险参与决策为虚拟变量，适用于面板 Probit 模型进行估计，模型为：

$$Prob(Buy = 1) = \alpha_0 + \beta_1 \text{Marital happiness} + \sum_{i=2}^k \beta_i X_i + \gamma + \delta + \varepsilon$$

而对于家庭商业保险参与程度，首先使用双向固定效应模型进行检验，对家庭所在省份和年份设置固定效应项。模型设定为：

$$\text{Insure} = \alpha_0 + \beta_1 \text{Marital happiness} + \sum_{i=2}^k \beta_i X_i + \gamma + \delta + \varepsilon$$

由于被解释变量“商业保险支出”中大量 0 值的存在，进一步选择 Tobit 模型进一步检验，模型设定与上列公式相同。

以上模型中，Buy 为“是否购买商业保险”，Insure 为“过去 12 个月的家庭商业保险支出”，Marital happiness 为本文的核心解释变量“婚姻幸福感”，X 为控制变量， γ 和 δ 分别为时点固定效应和地区固定效应， ε 为误差项。

4.2 实证结果及分析

4.2.1 基准回归结果：婚姻幸福感对家庭商业保险参与

下表 4.2 第（1）列使用 OLS 进行回归，并且控制了省份和时间固定效应。核心解释变量的系数同样在 1% 水平上显著为正，当户主的婚姻幸福感每提升一点时，家庭商业保险消费水平平均提升 66.91 元。第（2）列汇报面板 Probit 模型的回归结果。被解释变量为“是否购买商业保险”。

表 4.2 基准回归结果

变量	(1)	(2)	(3)
	OLS 商业保险支出	Probit 是否购买商业保险	Tobit 商业保险支出
marital happiness	66.91** (28.59)	0.0359** (0.0158)	46.91* (27.82)
lnfincomeper_w	509.2*** (32.92)	0.276*** (0.0195)	449.7*** (32.40)
lnasset_w	491.9*** (23.43)	0.271*** (0.0143)	451.3*** (23.24)
finp	-512.5*** (26.63)	-0.115*** (0.0144)	-455.9*** (26.84)
agri	-254.6*** (58.36)	-0.0167 (0.0332)	-272.5*** (60.54)
familysize	168.1*** (16.67)	0.0904*** (0.00957)	162.4*** (17.71)
age	2.168 (13.95)	0.0593*** (0.00860)	21.51 (14.55)
sage	-0.358*** (0.131)	-0.000875*** (8.52e-05)	-0.542*** (0.138)
edu	66.25*** (6.879)	0.0416*** (0.00413)	74.40*** (7.417)
gender	-62.74 (52.85)	0.00415 (0.0292)	-51.14 (53.40)
child_ratio	857.8***	0.524***	954.3***

续表 4.2

变量	(1)	(2)	(3)
	OLS 商业保险支出	Probit 是否购买商业保险	Tobit 商业保险支出
	(180.7)	(0.0987)	(184.5)
health	24.03	0.00533	36.97*
	(21.59)	(0.0121)	(21.33)
Constant	-7,490***	-8.175***	-7,976***
	(540.4)	(0.382)	(646.0)
Observations	19,467	19,465	19,467
R-squared	0.213		
Area FE	YES	YES	YES
Time FE	YES	YES	YES

结果显示，核心解释变量的系数在 1%水平上为显著为正，系数 0.0359 计算出边际效应取值约为 0.0080528，p 值为 0.023。这意味着，当户主的婚姻幸福感每提升一点时，家庭商业保险参与的概率平均提升 0.81%左右。下表 4.2 中同时汇报了控制变量的回归结果。家庭经济特征中，净资产水平越高、收入越高以及持有金融产品的家庭，商业保险购买概率和购买程度越高；家庭人口特征中，人口规模越大，少儿占比越高，商业保险购买概率和购买程度越高；户主个人特征中，年龄和其平方项对商业保险购买概率的影响较为显著，呈现倒 U 型关系，户主性别为男会抑制商业保险购买程度，户主更高的受教育程度以及自我健康评价越高都将提高商业保险购买概率和购买程度。由于样本中被解释变量存在大量 0 值，我们使用 Tobit 方法对模型再次进行检验，回归结果与 OLS 基本保持一致。以上结果说明，家庭户主的婚姻幸福感不仅能够提升商业保险参与决策的可能性，还能够提升家庭商业保险参与水平，从参与决策和参与程度两个角度促进商业保险参与，假设 1 得证。

4.2.2 内生性检验

从以上基准回归结果可得治，婚姻幸福感对家庭商业保险参与具有显著正向影响，但是其结果并没有排除内生性的问题，例如，家庭生活水平越高的家庭越倾向于进行问卷调查，越愿意分享家庭状况，同时家庭生活水平高的家庭更有能力购买商业保险，所以可能导致回归结果与实际情况产生偏差。这可能会影响到

基础 OLS 回归分析是否可靠，为减轻由于样本选择偏差造成的估计偏误，参照相关文献，对于这样的问题，那么用倾向得分匹配模型（PSM）来消除其内生性问题则比较恰当，具体方法如下：

为了进行倾向得分匹配并减少测量误差的影响，本研究将调查问卷中的婚姻幸福感的变量转换为二元变量。这种转换基于对社会期望和报告偏差的理解，通过将原婚姻幸福感的赋值 1 到 3 归类为较低的婚姻幸福感（0），而将原婚姻幸福感的赋值 4 和 5 归类为较高的婚姻幸福感（1），通过 Logit 模型估计得到倾向得分，然后基于筛选出的协变量对其进行配对，在配对样本基础上计算出样本平均处理效果（ATT）。为了使匹配结果具有稳健性，分别对样本进行最近邻匹配（一对一的匹配，一对四的匹配）、半径匹配（半径为 0.01）与核匹配对结果进行估计，并计算不同匹配方法下的平均处理效应（ATT），得出婚姻幸福感对家庭商业保险支出的受处理人群的平均处理效应（ATT）。

表 4.3 婚姻幸福感对家庭商业保险支出影响平均处理效应 ATT 估计结果

匹配方法	类别	实验组	对照组	ATT	标准误差	t 统计量
一对一匹配	匹配前	1808.975	1477.119	331.856	78.662	4.22
	匹配后	1809.300	1564.737	244.563	100.260	2.44
一对四匹配	匹配前	1808.975	1477.119	331.856	78.662	4.22
	匹配后	1809.300	1504.349	304.952	87.116	3.50
半径匹配	匹配前	1808.975	1477.119	331.856	78.662	4.22
	匹配后	1809.192	1471.868	337.323	105.609	3.19
核匹配	匹配前	1712.742	1854.751	-142.009	58.010	-2.45
	匹配后	1713.279	1603.957	109.321	62.212	1.76

由表 4.3 可以得出，高婚姻幸福感的家庭商业保险支出要高于低婚姻幸福感的家庭商业保险支出。在一对一匹配法下，高婚姻幸福感家庭要高于低婚姻幸福感家庭 22.5%，并且 ATT 估计值在 95%的置信水平下显著。在一对四匹配法下，高婚姻幸福感家庭要高于低婚姻幸福感家庭 20.3%，并且 ATT 估计值在 95%的置信水平下显著，在半径匹配法下，本文设定半径为 0.01，得出有高婚姻幸福感家庭商业保险总支出是低婚姻幸福感家庭的商业保险支出的 1.23 倍，并且 ATT 结果在 99%的置信水平下显著。在核匹配方法下，取带宽为默认下的 0.06，高婚姻幸福感家庭商业保险总支出是低婚姻幸福感家庭的商业保险支出的 1.07 倍，

且 ATT 在 90%的置信水平下显著。三种方式均能证明高婚姻幸福感能够有效促进家庭的商业保险消费支出。通过采用平衡性检验，发现所有变量的偏差都有所减少，因此，本文认为这种方法得出的结果是可靠的。

4.2.3 稳健性检验

(1) 替换被解释变量

家庭商业保险支出作为家庭总支出的一部分，其水平高低受家庭总支出水平影响。那么，为控制家庭总支出水平的影响，计算了家庭商业保险支出占家庭总支出的比例，并将这一变量替换被解释变量，进一步检验户主婚姻幸福感和对商业保险支出比重的影响。

表 4.4 替换被解释变量

变量	(1) OLS 商业保险支出比重
marital happiness	0.000589* (0.000319)
lnincomeper_w	0.00356*** (0.000367)
lnasset_w	0.00420*** (0.000262)
finp	-0.00337*** (0.000297)
agri	-0.00104 (0.000651)
familysize	0.000807*** (0.000186)
age	0.000446*** (0.000156)
sage	-8.02e-06*** (1.47e-06)
edu	0.000563*** (7.68e-05)
gender	-0.000863 (0.000590)
child_ratio	0.0114*** (0.00202)

续表 4.4

变量	(1) OLS 商业保险支出比重
health	7.41e-05 (0.000241)
Observations	19,457
R-squared	0.106
Area FE	YES
Time FE	YES

回归结果显示，婚姻幸福感和家庭婚姻幸福感的回归系数均在 10% 的显著性水平上为正。当户主的婚姻幸福感每提升一点时，商业保险支出比重平均提升 0.0589%，回归结果再次验证了婚姻幸福感对商业保险参与的促进效应是稳健的。

(2) 添加控制变量

2006 年，国务院颁布《机动车交通事故责任强制保险条例》，根据条例规定，购买新车的车主必须购买机动车交通事故责任强制保险，否则将受到交管部门的依法处理，包括扣留车辆等措施。此外，条例还明确指出，交强险属于商业保险范畴，所有获得批准的保险公司均可开展相关业务。因此，绝大多数拥有汽车的家庭都被纳入了商业保险市场，这种参与具有一定的强制性或半强制性特征。这样的规定不仅保障了车辆所有人的权益，也促进了商业保险市场的健康发展。而在 CFPS 历年的问卷中，并没有对商业保险的种类进行区分，无法区分是否缴纳交强险。因此，家庭的汽车购买状况对商业保险的参与度同样会产生一定的影响，本文进一步考虑了户主家庭的汽车购置情况作为控制变量。将“是否拥有汽车”（变量记为 Car，若家庭拥有汽车则变量取值为 1，否则取值为 0）作为控制变量引入基础回归模型，来解决遗漏变量的问题。同时，为进一步厘清是否拥有汽车对于婚姻幸福感对家庭商业保险参与行为的影响是否有所干扰，本文构建“是否拥有汽车×婚姻幸福感”，即是否拥有汽车与婚姻幸福感变量的交互项，将其引入回归模型进行进一步分析。表 4.5 展示了引入控制变量后进行回归分析的结果。其中，第（1）、（2）列为引入是否拥有汽车作为控制变量进行基础回归的分析结果。

通过回归分析,我们发现,在保持其他变量恒定的条件下,仅将是否拥有汽车作为新的控制变量加入模型时,婚姻幸福感及其他控制变量的回归系数在数值、方向及显著性层面均保持稳定。新引入的控制变量——是否拥有汽车的回归系数为负,这进一步证实了汽车拥有情况对家庭商业保险购买的正面抑制作用。为了更深入地探讨这一关系,我们在第(3)、(4)列中引入了“是否拥有汽车与婚姻幸福感的交互项”。结果显示,除了新引入的交互项外,原解释变量以及是否拥有汽车的回归系数与先前结果相比并未发生显著变化,这进一步增强了结论的稳健性。

表 4.5 添加控制变量

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	OLS 商业保险支出	Probit 是否购买商业保险	OLS 商业保险支出	Probit 是否购买商业保险
marital happiness	45.40* (27.60)	0.0253* (0.0153)	71.38* (38.46)	0.0484** (0.0206)
car	-641.7*** (16.94)	-0.300*** (0.00914)	-591.3*** (54.63)	-0.251*** (0.0303)
happiness×car			-11.32 (11.67)	-0.0109* (0.00651)
lnincomeper_w	394.3*** (31.94)	0.209*** (0.0188)	394.6*** (31.94)	0.209*** (0.0188)
lnasset_w	357.3*** (22.88)	0.200*** (0.0138)	356.7*** (22.88)	0.200*** (0.0138)
finp	-476.5*** (25.73)	-0.109*** (0.0141)	-476.7*** (25.73)	-0.109*** (0.0141)
agri	-218.9*** (56.32)	-0.00531 (0.0322)	-218.5*** (56.32)	-0.00456 (0.0322)
familysize	96.04*** (16.22)	0.0485*** (0.00929)	95.89*** (16.22)	0.0483*** (0.00929)
age	7.206 (13.47)	0.0506*** (0.00831)	7.075 (13.47)	0.0505*** (0.00831)
sage	-0.303** (0.127)	-0.000735*** (8.20e-05)	-0.301** (0.127)	-0.000733*** (8.20e-05)
edu	53.14*** (6.650)	0.0342*** (0.00397)	53.18*** (6.650)	0.0342*** (0.00396)
gender	-65.53 (51.00)	0.00814 (0.0284)	-64.40 (51.01)	0.00953 (0.0284)

续表 4.5

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	OLS 商业保险支出	Probit 是否购买商业保险	OLS 商业保险支出	Probit 是否购买商业保险
child_ratio	666.8*** (174.6)	0.393*** (0.0960)	667.0*** (174.6)	0.393*** (0.0960)
health	19.41 (20.84)	0.00513 (0.0118)	19.31 (20.84)	0.00515 (0.0118)
Constant	-3,301*** (533.0)	-6.190*** (0.367)	-3,411*** (544.9)	-6.286*** (0.372)
Observations	19,414	19,412	19,414	19,412
R-squared	0.268		0.268	
Area FE	YES	YES	YES	YES
Time FE	YES	YES	YES	YES

4.2.4 机制分析：婚姻幸福感对商业保险参与的中介因素

(1) 风险偏好中介效应

下表 4.6 中 (1)、(2) 列分别汇报了风险偏好中介效应检验的第二、第三步回归结果，中介效应检验的第一步结果已由基准回归给出。婚姻幸福感对中介变量的影响检验如列 (1) 所示，在 1% 的水平上显著促进了家庭的风险偏好，当户主的婚姻幸福感每提升一点时，家庭代表风险偏好的非房贷的金融负债占比就会增加 0.454%；将中介变量加入基准回归的第三步检验结果如列 (2) 所示，风险偏好提升 1%，商业保险支出平均提升 20.55 元，且原核心解释变量仍然高度显著，说明婚姻幸福感通过风险偏好这一中介机制促进了商业保险参与。说明已婚家庭的婚姻幸福感强弱能够在一定程度上代表了其风险规避倾向的强弱，这说明婚姻幸福感能通过其风险态度的变化间接影响商业保险参与。

表 4.6 风险偏好中介效应检验结果

变量	(1)	(2)
	OLS 风险偏好	OLS 商业保险支出
risk_w		2,055*** (193.5)
marital happiness	0.00454***	70.93**

续表 4.6

变量	(1)	(2)
	OLS 风险偏好	OLS 商业保险支出
	(0.00105)	(28.35)
lnfincomeper_w	0.0101***	474.4***
	(0.00121)	(32.77)
lnasset_w	-0.0329***	557.9***
	(0.000866)	(24.20)
agri	0.00378*	-267.4***
	(0.00216)	(58.21)
finp	-0.00236**	-509.1***
	(0.000985)	(26.57)
familysize	0.00801***	179.6***
	(0.000576)	(15.62)
age	0.00121**	-16.44
	(0.000497)	(13.41)
sage	-2.11e-05***	-0.196
	(4.76e-06)	(0.128)
edu	0.000780***	64.68***
	(0.000254)	(6.864)
gender	0.00355*	-77.62
	(0.00195)	(52.53)
Constant	0.343***	-7,426***
	(0.0190)	(518.0)
Observations	19,467	19,467
R-squared	0.105	0.217
Area FE	YES	YES
Time FE	YES	YES

(2) 社会信任中介效应

根据表 4.7 的分析结果,可知婚姻幸福感可通过社会信任这一中介因素,对家庭商业保险的参与程度产生显著影响。为了验证这一假设,本文采用了以下检验方法:首先,对婚姻幸福感与社会信任之间的关系进行了检验。本文参考张海洋等(2019)的设定,使用问卷中的“认为大多数人是可以信任的,还是和人相处要越小心越好?”,若回答为“大多数人可以信任”,则社会信任赋值 1,若回答为“越小心越好”,则赋值为 0。

表 4.7 社会信任中介效应检验结果

变量	(1) OLS 社会信任	(2) OLS 商业保险支出
trust		117.8** (50.14)
marital happiness	0.0278*** (0.00408)	60.21** (28.49)
lnincomeper_w	0.0174*** (0.00471)	495.7*** (32.90)
lnasset_w	-0.00335 (0.00336)	491.6*** (23.46)
agri	0.0107 (0.00838)	-253.2*** (58.47)
finp	-0.00504 (0.00382)	-513.7*** (26.67)
familysize	-0.00250 (0.00224)	196.5*** (15.60)
age	-0.00897*** (0.00193)	-11.40 (13.49)
sage	9.77e-05*** (1.85e-05)	-0.266** (0.129)
edu	0.0131*** (0.000987)	65.04*** (6.921)
gender	0.0250*** (0.00756)	-76.85 (52.76)
Constant	0.411*** (0.0741)	-6,855*** (517.3)
Observations	19,406	19,406
R-squared	0.030	0.213
Area FE	YES	YES
Time FE	YES	YES

上表中(1)、(2)列分别汇报了社会信任中介效应检验的第二、第三步回归结果,中介效应检验的第一步结果已由基准回归给出。婚姻幸福感对中介变量的影响检验如列(1)所示,在1%的水平上显著促进了家庭的社会信任,当户主的婚姻幸福感每提升一点时,社会信任的概率就会提升2.78%;将中介变量加入基准回归的第三步检验结果如列(2)所示,当存在社会信任时,商业保险支出

平均提升 117.8 元，且原核心解释变量仍然高度显著，说明婚姻幸福感通过社会信任这一中介机制促进了商业保险参与。说明已婚家庭的婚姻幸福感强弱能够在一定程度上代表了其社会信任的高低，这说明婚姻幸福感能通过影响社会信任来影响商业保险参与。

4.3 异质性分析

本文研究重点在于考察婚姻幸福感对家庭参与商业保险参与影响及不同条件下的影响效应，为进一步分析，本文从城乡差异、是否拥有子女差异两个方面进行深入剖析。

4.3.1 城乡异质性

商业保险需求受金融可及性限制，农村与城市在经济水平、家庭收入和消费水平方面存在显著差异，导致金融机构覆盖率和公众对保险的认知程度不均衡。特别是在农村地区，金融设施相对滞后，使得这些地区在金融服务的获取上处于不利地位，与城镇地区相比存在明显的金融劣势。因此，本节将对城镇和农村家庭进行异质性分析。如下表 4.8 所示：（1）、（2）列汇报了城乡商业保险支出的回归结果。农村群体的婚姻幸福感回归系数不仅取值远低于城镇群体，也不再显著，而这说明，婚姻幸福感的商业保险支出促进效应在城镇群体中更为明显，（3）、（4）列汇报了城乡是否购买商业保险的回归结果，此时农村群体的婚姻幸福感回归系数取值高于于城镇群体，且出现乡镇群体显著而城镇群体不显著的情况，与之前城乡商业保险支出的回归结果完全相反，可能的原因是：

城镇居民和乡村居民的生活环境、社会经济状况、社会支持体系、文化传统、家庭结构、风险承担能力等都不尽相同，这些因素可能导致了婚姻幸福感在城乡对商业保险参与程度和概率影响不同。在城镇地区，由于经济发展水平较高，家庭收入稳定，更容易接触到商业保险产品，这可能导致了婚姻幸福感的提升更容易促进城镇居民的家庭商业保险参与程度，而对商业保险参与决策影响不大。相对之下，乡村地区的经济发展水平较低，家庭收入不稳定，可能更多依赖传统的社会支持网络，接触商业保险产品也相对较少，因此婚姻幸福感对乡村的商业保险参与决策具有显著影响，而因为局限于经济发展、商业保险产品的匮乏以及金

融素养等原因，乡村居民的婚姻幸福感对商业保险参与程度的影响是不显著的。

表 4.8 城乡异质性分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	乡村 商业保险支出	城镇 商业保险支出	乡村 是否购买商业保险	城镇 是否购买商业保险
marital happiness	45.41 (30.99)	88.96* (48.14)	0.0507** (0.0220)	0.0229 (0.0227)
lnincomeper_w	359.9*** (34.72)	774.3*** (58.81)	0.246*** (0.0260)	0.310*** (0.0298)
lnasset_w	413.0*** (27.55)	551.7*** (38.31)	0.287*** (0.0215)	0.257*** (0.0201)
finp	-515.2*** (65.62)	-448.2*** (33.91)	-0.0970** (0.0417)	-0.121*** (0.0164)
agri	-130.7* (71.94)	-177.5* (105.8)	0.0428 (0.0512)	0.0136 (0.0521)
familysize	109.6*** (17.33)	282.1*** (30.03)	0.0662*** (0.0123)	0.120*** (0.0151)
age	-27.68* (16.09)	26.27 (22.51)	0.0425*** (0.0124)	0.0713*** (0.0122)
sage	0.0421 (0.153)	-0.683*** (0.210)	-0.000686*** (0.000124)	-0.00101*** (0.000120)
edu	51.16*** (7.571)	69.93*** (11.86)	0.0360*** (0.00564)	0.0437*** (0.00623)
gender	-19.67 (60.46)	-141.7* (85.32)	0.0356 (0.0421)	-0.0192 (0.0411)
child_ratio	315.3 (194.4)	1,573*** (309.7)	0.416*** (0.133)	0.692*** (0.147)
health	60.37*** (22.66)	-24.73 (37.86)	0.0293* (0.0161)	-0.0191 (0.0181)
Constant	-4,499*** (647.9)	-11,951*** (931.5)	-7.172*** (0.683)	-8.615*** (0.544)
Observations	9,592	9,692	9,592	9,690
R-squared	0.155	0.220		
Area FE	YES	YES	YES	YES
Time FE	YES	YES	YES	YES

4.3.2 是否拥有子女的异质性

本文选择区分拥有子女和没有子女的样本家庭，验证是否拥有子女中的家庭

婚姻幸福感对商业保险的参与程度和参与决策的异质性作用，下列表格 4.9 的（1）、（2）、（3）、（4）列分别汇报了是否拥有子女的回归结果。其中，无论是对于参保深度还是参保概率，拥有子女的家庭群体的婚姻幸福感的提升都对家庭商业保险参与回归结果显著。这说明，婚姻幸福感的商业保险促进效应在没有子女的家庭群体中更为明显，这可能涉及到家庭结构、经济压力、风险承担能力等因素。一方面，生育子女和抚养其成长无疑会加重家庭的精神和经济负担，这种负担进而可能促使家庭调整其资产配置和可支配收入，从而影响对人身保险的需求。另外，家庭应对风险的能力也可以通过来自于子女对父母的关爱与照顾来增强，子女不仅构成了父母间代际支援的核心渠道，也是提供情感慰藉的关键支柱，对于缓解家庭风险扮演着至关重要的角色。因此，婚姻幸福感对商业保险需求的影响也会因子女因素的存在而有所变化。

而在没有抚养子女的家庭中，夫妻双方的关系可能更为紧密，婚姻幸福感对整个家庭的稳定和幸福感起着至关重要的作用。在这种情况下，商业保险参与可能被视为一种责任和保障，能够增加家庭的经济安全感，减轻夫妻双方的经济压力，婚姻幸福感的提升会对商业保险消费支出产生积极影响。

相比之下，拥有一个或多个子女的家庭可能面临更多的经济压力和责任。孩子的教育、生活费用等方面的支出可能会增加家庭的经济负担，且子女越多，负担越重，这本身就影响了商业保险消费的支出，而且可能导致家庭对商业保险消费的考量更多地集中在孩子的保障上，而非夫妻双方的婚姻幸福感。因此，有孩子的家庭的户主的婚姻幸福感对商业保险参与的影响可能不那么显著。另外，有孩子的家庭可能更注重长期的家庭稳定和未来规划，而非短期的经济风险保障，这也可能影响了他们对商业保险参与的态度。

在中国传统文化中，人们普遍认为子孙众多是福气，这种观念导致老年父母普遍期望子女在他们年老时提供生活照顾、健康护理和经济支持。随着子女数量的增加，父母对商业保险的需求往往相应减少，子女在一定程度上对商业保险起到了替代作用。张栋（2021）基于中国老年社会追踪调查数据的研究也表明，子女会给予父母更多的经济支持。此外，研究表明，在家庭中，若有多个孩子，他们之间往往会出现一种模仿竞争的现象，即一个孩子展现出孝心，这种行为通常能促使其他兄弟姐妹跟进。因此，当父母拥有多个子女时，他们从子女那里得到

的潜在经济援助和情感支持可能减少了他们对商业保险的依赖和需求。

表 4.9 是否拥有子女异质性分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	没有子女 商业保险支出	拥有子女 商业保险支出	没有子女 是否购买商业保险	拥有子女 是否购买商业保险
marital happiness	58.55* (35.18)	65.53 (45.48)	0.0438* (0.0238)	0.0226 (0.0216)
lnincomeper_w	340.7*** (38.98)	727.3*** (55.36)	0.262*** (0.0291)	0.306*** (0.0277)
lnasset_w	352.4*** (27.66)	685.0*** (39.52)	0.248*** (0.0210)	0.294*** (0.0203)
finp	-460.2*** (31.61)	-581.6*** (44.32)	-0.115*** (0.0196)	-0.125*** (0.0222)
agri	-231.3*** (70.71)	-260.1*** (94.94)	-0.00893 (0.0492)	-0.0119 (0.0460)
familysize	170.0*** (24.97)	132.5*** (26.55)	0.121*** (0.0171)	0.0382*** (0.0133)
age	-58.03*** (20.17)	59.04** (24.63)	0.0529*** (0.0146)	0.0367*** (0.0125)
sage	0.131 (0.178)	-0.866*** (0.253)	-0.000867*** (0.000137)	-0.000581*** (0.000130)
edu	51.51*** (8.291)	75.73*** (11.30)	0.0411*** (0.00610)	0.0427*** (0.00576)
gender	-101.0 (64.98)	-57.78 (84.43)	-0.0242 (0.0435)	0.0316 (0.0404)
health	-34.09 (26.26)	76.17** (34.85)	-0.00156 (0.0179)	0.0123 (0.0167)
child_ratio		-52.62 (378.6)		-0.118 (0.185)
Constant	-2,294*** (749.1)	-12,838*** (934.0)	-7.608*** (0.599)	-7.683*** (0.571)
Observations	10,332	9,135	10,330	9,127
R-squared	0.192	0.234		
Area FE	YES	YES	YES	YES
Time FE	YES	YES	YES	YES

5 研究结论与政策建议

在当代社会，随着变革的迅速发展，商业保险已成为现代金融服务体系的重要组成部分。它在促进经济增长、推进金融改革以及保障社会稳定等多个领域扮演了关键角色，发挥了不可或缺的作用。然而，我们必须清醒地认识到，相较于许多其他国家，我国商业保险市场的发展仍显滞后，其在满足市场需求方面仍面临挑战，尤其是在国民风险保障方面。这在很大程度上归咎于居民对保险产品的兴趣不足。鉴于此，采取措施提高居民对保险市场的认知和参与显得尤为关键，以便缩小现有的保障缺口，促进保险业的健康发展。

本文以 2014 年、2018 年、2020 年 CFPS 的丰富的调查数据为基础，旨在从微观层面深入剖析婚姻幸福感对家庭商业保险参与的影响，并探寻其中的作用机制。通过细致分析不同情境下这种影响的异质性，我们力求全面揭示婚姻幸福感与商业保险参与之间的复杂关系。同时，为了消除研究过程中的潜在内生性问题，我们采用了倾向性得分匹配的方法。这一研究不仅有助于深化我们对婚姻幸福感与商业保险参与关系的理解，更为解决我国保险市场中微观主体参与有限的难题提供了新的视角和突破点。

5.1 研究结论

经过实证分析，本研究揭示了家庭保险市场参与与户主的婚姻满意度之间的密切联系。研究表明，婚姻中的幸福感对家庭购买商业保险的决策和参与水平有着显著的正面影响，是促进家庭加入商业保险市场的一个重要动因。其次，婚姻幸福感影响家庭商业保险支出的作用机制至少包括风险偏好和社会信任两个方面。这些发现不仅有助于深化我们对家庭商业保险参与行为的理解，也为相关政策的制定提供了正向的参考。家庭商业保险参与受婚姻幸福感的影响，可能的原因是婚姻幸福感通过提升社会信任感和风险偏好来影响商业保险参与决策和参与程度，家庭成员可能更有信心预测未来的积极发展，更加重视预防性措施，同时对政府也更有信心，对民主决策更加支持，社会信任降低了家庭的信息搜寻成本，降低投资者对于投资风险的感知程度，越相信商业保险带来的价值和效果，进而促进了商业保险参与。第三，婚姻幸福感对家庭商业保险参与的影响存在异

质性特征。具体而言，在城镇家庭中，婚姻幸福感的提升对家庭商业保险参与程度的促进作用更为显著；而在乡镇家庭中，则对参与决策的影响更为明显。此外，在没有子女的家庭中，婚姻幸福感对商业保险参与的决策和程度均产生显著影响。这些发现为保险需求影响因素研究提供了新的视角，强调了婚姻幸福感这一长期被忽视的因素在商业保险市场中的重要作用。这一实证支持不仅有助于我们更全面地理解家庭商业保险参与行为，也为相关政策的制定提供了有力依据。

在分析中国家庭参与商业保险市场的决策过程中，还需考虑到诸如个人属性以及家庭的经济状况和人口学特点等多种因素的影响。特别是对于那些受教育程度相对较低、经济收入偏低的家庭，他们往往面临更多的参保约束，这可能会阻碍他们购买商业保险。同时，随着家庭规模逐渐小型化，家庭投保的积极性也可能受到一定影响，表现出较低的参与意愿。因此，在制定相关政策时，需要综合考虑这些因素，以更好地促进家庭商业保险的普及和发展。

5.2 政策建议

中国商业保险的蓬勃发展离不开微观主体的积极参与，尤其是家庭这一基本财务决策单位。家庭保险需求与已婚家庭成员的婚姻幸福感紧密相连，婚姻幸福感的提升不仅关乎个人福祉，更会通过影响家庭财务决策，进而对社会经济运作产生深远影响。因此，改善已婚居民的婚姻幸福感，对于提升家庭生活保障和福利水平、实现家庭财务决策的多元化，以及推动保险市场的持续发展具有不可估量的重要意义。基于研究结论，并结合我国居民婚姻幸福感及社会经济的实际状况，本文分别从政府、企业和个人三个角度提出以下探索性建议：

5.2.1 政府角度

在推动现代保险行业的快速发展与完善的过程中，政府和社会也应给予婚姻问题充分的关注，在提升居民婚姻幸福感的同时，激发商业保险需求的增长。具体而言，可从以下几个方面入手：

一、加强婚姻教育，通过开展婚姻教育课程和讲座，帮助即将步入婚姻的夫妇建立健康的婚姻关系，理解婚姻中的责任与义务，提高婚姻的稳定性和幸福感。同时加强婚姻法的执法力度：确保婚姻法的有效执行，保护婚姻关系中弱势一方

的权益，减少婚姻破裂的风险，从而提高婚姻幸福感

二、完善社会保障体系，降低人们对未来不确定性的担忧，从而减少婚姻生活中的压力，提高幸福感。同时提供更好的医疗和养老保障，进一步促进商业保险的消费。

三、完善生育保障配套措施。政府应进一步健全社会生育配套设施，强化生育与照料的社会支持网络，完善生育带薪休假及生育保险相关政策。在制定休假政策时，应考虑不同生产状况的差异性，确保产假、哺乳假等制度得到切实执行。同时，政府还需加强配套福利政策与补助体系的建设，推动生育政策与经济配套政策的有效融合，特别是普惠托育等政策的实施，以营造有利于生育的友好环境。这些措施有助于减轻家庭在抚养和教育子女方面的经济负担，进而间接提升家庭的可用资金水平，增强家庭对商业保险的缴费能力，促进商业保险市场的健康发展。

四、为了推动商业保险市场的蓬勃发展，政府应增强对保险的宣传力度，深入普及保险知识，提升居民的风险防范意识，并努力改变公众对商业保险的固有观念，政府在宣传中应明确界定社会基本医疗保险与商业保险之间的互补关系，并突出商业保险在家庭风险保障中的重要作用。同时，政府需与保险公司建立协同机制，共同推进保险知识的普及工作。特别是针对经济中等及落后地区，应开展更为广泛的保险宣传活动，以减少城乡之间、地区之间在保险认知度和认可度上的差异。此外，还应针对不同地区、不同年龄段的群体，采取差异化的普及策略，使商业保险真正深入人心，成为每个家庭不可或缺的风险保障工具。

5.2.2 企业角度

保险公司应深化供给侧改革，在保险产品和服务层面进行不断创新与升级，通过丰富产品类型，优化服务水平，以满足市场日益多元化的需求，进一步提升公司的竞争力和市场地位。家庭商业保险的覆盖范围广泛，主要包括财产保险和人身保险，能够保障家庭的房屋、财产及成员的生命和身体健康，忽略了主观因素对商业保险参与的影响，这就包括了婚姻幸福感对商业保险参与的保障，因此应从我国实际出发，积极了解社会中以家庭为单位的婚姻幸福感程度高低，对于婚姻美满的家庭，其对商业保险参与的积极性较高，应积极向其推广家庭需要的

商业保险产品，并创新相关保险产品，开发更多适合，满足不同家庭在不同阶段的保障需求；同时和政府部门或相关部门合作，开展婚姻教育活动，帮助客户建立健康的婚姻关系，提高婚姻幸福感，从而加强对商业保险的需求；针对不同的家庭，例如，针对乡村家庭开展广泛保险宣传，缩小城乡与地区间的保险认知差异，提升公众对商业保险的专业了解，进而激发保险需求，同时不断研究和推出符合农村居民需求的保险产品，以适应他们不断提升的保障需求；亦或有无子女的家庭，提供不同的婚姻咨询服务，研发适合多孩家庭投保的子女保险产品出发。购买保险产品赠送婚姻健康检查服务：设立专门的婚姻健康检查机构，通过定期的婚姻关系评估，及时发现并解决婚姻中存在的问题，维护家庭的稳定和幸福。这样做不仅可以增强人们的婚姻幸福感，同时也有助于推动我国商业保险业务全面发展，实现多方共赢的良好局面。

6.2.3 个人角度

对于未婚居民，应认识到婚姻的美好，向往美满幸福的婚姻，在婚前应与未婚伴侣之间应进行婚前培训，加深相互间的信任与交流。增强处理婚姻、家庭关系的技巧和应有的责任心，真诚经营婚姻。为迎接婚姻生活的到来，应做好充分心理准备，增强夫妻间的信任感，学习并掌握处理家庭关系的方法，以积极的态度和坚定的信心，提升婚姻生活的幸福感。已婚居民应秉持科学与客观的态度，深入理解婚姻幸福感的内涵。他们应时常审视自己的婚姻状况，积极承担起婚姻与家庭的责任，坚守承诺。一旦婚姻关系确立，夫妻双方应各自履行责任，携手共建温馨家园。在日常生活中，夫妻双方应时常反思，既要看到生活中的满意之处，也要发现不足之处，并思考改进方法，以增进夫妻间的和谐与美满。当婚姻与家庭生活中遭遇冲突时，应积极寻求解决方案，必要时可寻求专业心理咨询的帮助，及时化解矛盾，推动家庭生活向积极的方向发展。

总之，无论是已婚还是未婚的居民个体，作为市场的重要参与主体，他们应积极提升自身的保险素养，主动学习和了解商业保险的相关知识。这不仅仅是对个人财产安全的负责，更是对家庭未来生活的有效规划。首先，居民需要深入了解各类保险险种的具体定义、保障范围以及潜在的风险点。只有对保险产品有了全面而准确的认识，才能确保在面临风险时能够得到有效的保障。同时，理解保

险的意义和作用，也是居民做出明智保险决策的基础。其次，在掌握保险知识的基础上，居民应根据自身的实际需求和经济状况，精准选择并购买商业保险产品。这包括考虑家庭成员的年龄、健康状况、职业特点等因素，以及家庭的经济状况、负债情况等。通过综合评估，居民可以选择适合自己的保险产品，确保在面临风险时能够得到足够的保障。此外，居民在购买商业保险时，还应关注保险产品的价格与自身收入水平和家庭经济状况的匹配度。过高的保费可能会给家庭带来经济压力，甚至影响家庭的正常经济活动和社会活动。因此，居民应根据实际情况进行购买，避免盲目追求高保障而忽略自身的经济承受能力。最后，居民在购买商业保险后，还应定期回顾和调整保险计划。随着家庭成员的变化、经济状况的改善以及社会环境的变迁，居民的保险需求也会发生变化。因此，定期评估和调整保险计划，是确保保险能够持续发挥作用的重要环节。总之，对于所有市场参与主体中的已婚或未婚居民个体来说，积极主动了解学习商业保险相关知识，并根据自身需求和经济状况进行精准购买，是保障个人和家庭财产安全、实现经济稳健发展的重要途径。

参考文献

- [1] Bertocchi G, Brunetti M, Torricelli C. Marriage and other risky assets: A portfolio approach[J]. *Journal of Banking & Finance*, 2011, 35(11): 2902-2915
- [2] Mossin, J.(1968).“Aspects of rational insurance purchasing,”*Journal of Political Economy*,79,553-568
- [3] Hermalin E B ,Isen M A .A model of the effect of affect on economic decision making[J].*Quantitative Marketing and Economics*,2008,6(1):17-40.
- [4] Richard A.Easterlin.Does Economic Growth Improve the Human Lot?Some Empirical Evidence[M].Academic Press,1974
- [5] Thaler, R. H., 1985,"Mental Accounting and Consumer Choice", *Marketing Science*, 4(3):199-214.
- [6] Ryff, C.D.Happiness is everything, or is it? Exportations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1989,57(6):1069-1081 .
- [7] Christiansen, C. , J. Joensen and J. Rangvid (2015) : “Understanding the Effects of Marriage and Divorce on Financial Investments: The Role of Background Risk Sharing”, *Economic Inquiry*, 53, 431—447.
- [8] Grant A R, Kalev P S, Subrahmanyam A, et al. How Are Investor Trading Activity and Performance Affected by Major Lifecycle Events? The Case of Divorce[J]. *social science electronic publishing*, 2014.
- [9] Tongpu Z .Can commercial health insurance improve family happiness?[J].*SN Business Economics*,2023,3(11):
- [10]Outreville, J.F.Trade in insurance in the central America common market[J]. *World Economy*,1996,19(5):575 - 593.
- [11]Schmidt L, Sevak P. Gender, marriage, and asset accumulation in the United States[J]. *Feminist Economics*, 2006, 12(1-2): 139-166.
- [12]Tversky K A.Prospect Theory:An Analysis of Decision under Risk[J].*Econometrica*,1979,47(2):263-291.

- [13] Waite L J, Gallagher M. The case for marriage: Why married people are happier, healthier, and better off financially[M]. Random House Digital, Inc., 2001.
- [14] Rao Y, Mei L, Zhu R, Happiness and Stock-Market Participation: Empirical Evidence from China[J], Journal of Happiness Studies, 2014, 17(1):271-293.
- [15] Easterlin, R.A. (1974), "Does economic growth improve the human lot?", in: P. A. David & M. W. Reder (eds), Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz, Academic Press.
- [16] Albouy F, Blagoutine D. Insurance and Transition Economics: The Insurance Market in Russia[J]. The Geneva Papers on Risk and Insurance. Issues and Practice, 2001, 26(3):467-479.
- [17] 黄寿山, 李开斌. 论我国商业保险市场潜力的需求拉动[J]. 保险研究, 1999, (04):12-16.
- [18] 卓志. 我国人寿保险需求的实证分析[J]. 保险研究, 2001(05):10-12.
- [19] 李树, 严莱. 幸福经济学研究最新进展[J]. 经济学动态, 2022(12):123-139.
- [20] 叶明华. 收入增长、通货膨胀与中国商业保险需求:1980-2008[C]//中国保险学会. 中国保险学会首届学术年会论文集. 华东师范大学金融与统计学院, 2009:9.
- [21] 张强, 杨宜勇. 商业养老保险参与的影响因素分析[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2017, (05):138-143+150.
- [22] 刘雪颖, 赵忠. 数字鸿沟与农村家庭商业保险参与[J]. 社会保障研究, 2023, (05):67-81.
- [23] 高明, 艾美彤, 贾若. 家庭金融参与中的信任重建——来自农村社会养老保险的证据[J]. 经济研究, 2021, 56(08):174-191.
- [24] 李韬, 李晓旭, 罗剑朝. 保险素养、收入差异与农民商业保险参与[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2020, 20(03):126-134.
- [25] 周烁, 伏霖, 张文韬, 李涛. 乐观预期、保障能力与商业保险购买——来自中国家庭的微观证据[J]. 金融研究, 2022(11):136-153.
- [26] 樊纲治, 王宏扬. 家庭人口结构与家庭商业人身保险需求——基于中国家庭金融调查(CHFS)数据的实证研究[J]. 金融研究, 2015, (07):170-189.

- [27]王宏扬.中国家庭商业人身保险需求现状及其影响因素——基于中国家庭金融调查的实证研究[J].金融论坛,2017,22(03):51-65.
- [28]孙祁祥,王向楠.家庭财务脆弱性、资产组合与人寿保险需求:指标改进和两部回归分析[J].保险研究,2013,(06):23-34.
- [29]叶德珠,周丽燕,乐涛.幸福满意度与家庭金融资产选择[J].金融评论,2014,6(04):37-47+123-124.
- [30]叶德珠,周丽燕.幸福感会影响家庭金融资产的选择吗?——基于中国家庭金融调查数据的实证分析[J].南方金融,2015(02):24-32.
- [31]段军山,崔蒙雪.信贷约束、风险态度与家庭资产选择[J].统计研究,2016,(6):62-71.
- [32]段军山,洪榕,吴倩雯,梁伟星.婚姻状况与家庭风险资产选择——基于中国家庭金融调查(CHFS)的经验证据[J].金融学季刊,2016,10(01):20-50.
- [33]赵青,段笑娜.消费者人格对商业保险参与的影响研究——来自中国家庭追踪调查(CFPS)数据的实证分析[J].金融理论与实践,2018,(04):95-101.
- [34]张学志,才国伟.收入、价值观与居民幸福感——来自广东成人调查数据的经验证据[J].管理世界,2011,(09):63-73.
- [35]何维,王小华.家庭金融资产选择及影响因素研究进展[J].金融评论,2021,13(01):95-120.
- [36]甘犁,尹志超,贾男等.中国家庭资产状况及住房需求分析[J].金融研究,2013,(04):1-14.
- [37]文洪星,韩青.非农就业如何影响农村居民家庭消费——基于总量与结构视角[J].中国农村观察,2018,(03):91-109.
- [38]秦芳,王文春,何金财.金融知识对商业保险参与的影响——来自中国家庭金融调查(CHFS)数据的实证分析[J].金融研究,2016(10):143-158.
- [39]龚继峰,苗元江,白苏妤.婚姻幸福感概述[J].科教导刊(中旬刊),2011(10):186-187.
- [40]李树,于文超.幸福的社会网络效应——基于中国居民消费的经验研究[J].经济研究,2020,55(06):172-188.
- [41]郑振华,彭希哲.婚姻满意度、婚姻冲突与主观幸福感——上海市不同生育状

- 况“80后”家庭的比较研究[J].青年研究,2019(01):63-75.
- [42]张浩,李文彬,周利等.多子女与家庭商业保险:利他抑或投资?[J].中央财经大学学报,2023(01):26-38.
- [43]卢亚娟,殷君瑶.户主风险态度对家庭金融资产配置的影响研究[J].现代经济探讨,2021(12):62-70.
- [44]任婧.主客观风险偏好对家庭保险配置的影响——基于家庭金融数据的实证分析[J].保险职业学院学报,2021,35(02):48-56.
- [45]桑林.居民幸福感、主观态度与商业保险市场参与——基于中国家庭金融调查数据的研究[J].经济与管理,2019,33(02):45-53.
- [46]王韧,夏昱,徐珏瑶等.子女结构与家庭商业保险:来自中国家庭金融调查的证据[J].中国软科学,2022(07):183-192.
- [47]李丁,丁俊菘,马双.社会互动对家庭商业保险参与的影响——来自中国家庭金融调查(CHFS)数据的实证分析[J].金融研究,2019,(07):96-114.
- [48]杨虹,张柯.认知能力、社会互动方式与家庭金融资产选择[J].金融论坛,2021,26(02):70-80.
- [49]王晓全,贾昊文,殷崔红.认知能力对中老年家庭商业保险需求的影响[J].保险研究,2019,(08):81-97.
- [50]王晓全,阎建军,贾昊文,李莹琪.婚姻对家庭人身保险需求的影响——基于中国家庭金融调查(CHFS)的实证研究[J].金融评论,2020,12(06):96-107.
- [51]张诚,翁希演,胡少东.方言多样性对家庭商业保险参与的影响[J/OL].经济学报:1-34[2023-06-17].
- [52]王琏,吴卫星.婚姻对家庭风险资产选择的影响[J].南开经济研究,2014(03):100-112.
- [53]王仁曾,黄晓莹.数字普惠金融对家庭商业保险需求影响实证研究[J].西北民族大学学报(哲学社会科学版),2021(04):123-137.
- [54]张海洋,耿广杰.生活满意度与家庭金融资产选择[J].中央财经大学学报,2017(03):48-58.
- [55]张海洋,韩晓,高一丹.社会信任与消费行为:理论与实证[J].当代财经,2019,(01):14-26.

- [56]王泰,朱衡,卓志.社会信任对个人商业保险购买决策的影响——基于 CGSS 数据的实证研究[J].保险研究,2022(08):3-16.
- [57]刘金华,吴静.社会互动、社会信任对居民商业医疗保险参保行为的影响[J].社会保障研究,2019,(06):73-79.
- [58]魏华林,杨霞.家庭金融资产与保险消费需求相关问题研究[J].金融研究,2007(10):70-81.
- [59]魏金龙,郑苏沂,于寄语.家庭异质性、互联网使用与商业保险参保——基于中国家庭金融调查数据[J].南方金融,2019,(09):51-62
- [60]杨碧云,吴熙,易行健.互联网使用与家庭商业保险购买——来自 CFPS 数据的证据[J].保险研究,2019,(12):30-47
- [61]何兴强,李涛.社会互动、社会资本和商业保险购买[J].金融研究,2009,(02):116-132.
- [62]曹直,叶显,吴非.居民幸福感对家庭商业保险的影响——基于异质性视角的传导机制检验[J].江西财经大学学报,2020(02):62-75.
- [63]朱卫国,李骏,谢晗进.线上社会互动与商业保险购买决策[J].消费经济,2020,(1):72-82
- [64]杨柳,刘芷欣.金融素养对家庭商业保险消费决策的影响——基于中国家庭金融调查(CHFS)的分析[J].消费经济,2019,35(05):53-63.
- [65]伍再华,李伟男.户籍、借贷约束与家庭商业保险市场参与行为——基于 CFPS 数据的微观实证[J].消费经济,2018,34(05):64-71.
- [66]梅立兴,游子榕,许焕.幸福感是否影响居民储蓄行为?——基于中国家庭金融调查的实证研究[J].商业研究,2018(09):91-100.
- [67]张浩,李文彬.个人早期经历与家庭商业保险参与[J].经济学,2022(01):126-140.
- [68]张宗军,王子纯.居民幸福感、风险感知与商业保险消费[J].兰州财经大学学报,2023,39(05):85-100.
- [69]黄杏子,周云波.贫困脆弱性对农村居民主观幸福感的影响——基于 CFPS 数据的实证分析[J/OL].西北人口,1-15[2024-01-10]
- [70]闫啸,王奇.“幸福”会促进保险消费吗?——来自 CHARLS 数据的证据[J].保险职业学院学报,2017,31(04):18-22.

- [71]张宗军,张天宇.商业保险助推共同富裕的理论逻辑与实证检验[J].价格理论与实践,2023,(03):128-134.
- [72]周琳,梁栋.社会互动对商业养老保险的影响——基于多场景互动视角的机制检验[J].河南牧业经济学院学报,2023,36(06):17-27.
- [73]姬琳雪,孔荣.收入预期、幸福感对农村居民食物消费升级的影响效应研究——以品牌生鲜肉消费为例[J].黑龙江畜牧兽医,2023,(12):1-6+13.
- [74]侯庆琳,吴祎雯,刘利等.主观幸福感如何影响家庭消费?——基于 CFPS 微观数据的研究[J].嘉兴学院学报,2023,35(03):70-80.
- [75]周雅玲,于文超,肖忠意.主观幸福感、人格特征与家庭资产选择[J].中南财经政法大学学报,2017,(01):47-56.
- [76]李敏.中国家庭风险态度、资产选择与幸福感的影响研究[J].国际公关,2022(20):61-63.
- [77]张春敏,李元琪.互联网使用、社会信任与居民幸福感——基于 CFPS 数据的研究[J].农村金融研究,2023,(05):70-80.
- [78]郑路,徐旻霞.传统家庭观念抑制了城镇居民商业养老保险参与吗?——基于金融信任与金融素养视角的实证分析[J].金融研究,2021,(06):133-151.
- [79]张浩,李文彬,周利等.多子女与家庭商业保险:利他抑或投资? [J].中央财经大学学报,2023,(01):26-38.
- [80]陈迪红,孙福伟.中国城镇居民养老保障水平的区域差异研究——基于 2007-2016 年区际面板数据的实证分析[J].财经理论与实践,2019,40(03):46-51.
- [81]陈开军,杜昶昱.房价对家庭商业保险参与的影响——基于 CFPS 的实证研究[J].价格月刊,2024,(01):12-21.
- [82]张正平,赵丙楠,程灿.人口老龄化与家庭商业保险参与——基于 CHFS 数据的实证分析[J].金融理论与实践,2023,(10):107-118.
- [83]张宗军,令涛.工业化、城镇化、老龄化与保险发展——理论分析与实证检验[J].保险研究,2020,(08):30-46.
- [84]粟芳.收入分配的公平性与保险市场发展的关联分析[J].财经研究,2004,(01):70-79.
- [85]栾存存.我国保险业增长分析[J].经济研究,2004,(01):25-32.

- [86]陈俊,吴萨,何泽秀.商业保险提升家庭消费水平研究——来自 CFPS 的证据[J].宏观经济研究,2024,(02):17-33.
- [87]闫伟,杨春鹏.金融市场中投资者情绪研究进展[J].华南理工大学学报(社会科学版),2011,13(03):33-43.
- [88]张凌霜,易行健,杨碧云.商业保险、数字经济参与和家庭金融风险承担——基于中国家庭金融调查数据的经验证据[J].世界经济文汇,2023,(03):58-77.
- [89]张栋,郑路,褚松泽.养儿防老还是养女防老?——子女规模、性别结构对家庭代际赡养影响的实证分析[J].人口与发展,2021,27(03):96-109.

后 记

言语无法表达我的感激之情，希望所有人的未来都可以一片光明。