

分类号  
U D C密级  
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 社会互动对居民参与商业养老保险的影  
响研究

研究生姓名: 周琳

指导教师姓名、职称: 王振军 教授

学科、专业名称: 应用经济学 保险硕士

研究方向: 保险经营与管理

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： 周琳 签字日期： 2024.6.3

导师签名： 王振宇 签字日期： 2024.6.3

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內容。

学位论文作者签名： 周琳 签字日期： 2024.6.3

导师签名： 王振宇 签字日期： 2024.6.3

导师(校外)签名： \_\_\_\_\_ 签字日期： \_\_\_\_\_

**Social interaction on residents to participate  
in commercial endowment insurance  
Sound research.**

**Candidate :Zhou Lin**

**Supervisor: Wang ZhenJun**

## 摘要

据国家统计局数据显示,到2023年末,我国人口自然增长率为-1.48%,60岁以上的老年人口占比高达21.1%,显示出我国人口生育率低、老龄人口比例上升,我国人口老龄化问题严重,产生的诸多养老难题亟待解决。作为我国养老保障的第三支柱,商业养老保险在养老需求方面发挥着重要作用。我国作为人情社会,社会互动产生的作用需求不可小觑,因此,希望通过社会互动视角拓宽对商业养老保险需求的研究。

本文采用中国综合社会调查数据(CGSS)2018年和2021年的混合截面数据,通过实证研究社会互动对居民参与商业养老保险的影响。首先利用主成分分析法对社会互动这一解释变量进行处理,再使用Probit模型和OLS模型进行基准回归,并通过工具变量法规避内生性问题,使用了变更自变量定义、更换模型等方式确保结果的稳健性,再通过逐步回归和Bootstrap法对中介机理做了研究,最后对结果进行异质性分析。

本文的主要结论有:(1)叠加了内生互动和情景互动的综合型社会互动能显著促进居民对商业养老保险参与,即社会互动频率高的居民,社会互动的正向效应对他们影响更强,更容易促进其商业养老保险的参与。(2)机理分析方面,社会互动能调节居民的风险态度、提升幸福感,进而影响对商业养老保险的需求。(3)异质性方面,分析得出社会互动对有不同人口和地域特征的居民的影响作用不同。基于上述研究结论,文章从政府层面、公司层面、个人层面等层面提出了相应对策建议,以期推动我国商业养老保险的良性和快速发展。

**关键词:** 社会互动; 风险态度; 幸福感; 商业养老保险

## Abstract

According to the data of the National Bureau of Statistics, by the end of 2023, China's natural population growth rate will be -1.48%, and the elderly population over 60 years old accounts for as high as 21.1%, indicating that the fertility rate of China's population is low and the proportion of the elderly population is rising. The problem of aging of China's population is serious, and many old-age care problems need to be solved urgently. As the third pillar of the pension security in China, the commercial endowment insurance plays an important role in the pension demand. As a human society in China, the role and demand of social interaction can not be underestimated. Therefore, we hope to broaden the research on the demand of commercial endowment insurance through the perspective of social interaction.

This paper uses mixed cross-section data from China Comprehensive Social Survey Data (CGSS) in 2018 and 2021 to empirically study the impact of social interaction on residents' participation in commercial endowment insurance. First using the main factor analysis of social interaction this explanatory variables, using the Probit model and OLS model for benchmark regression, and through the tool variable regulations avoid endogenous problem, using the independent variable definition, change the model to ensure the robustness of the results, and then through the gradual regression and

Bootstrap method studied the mediation mechanism, finally analyzed the heterogeneity of the results.

The main conclusions of this paper are as follows: (1) the comprehensive social interaction with endogenous interaction and situational interaction can significantly promote residents' participation in commercial endowment insurance, that is, for residents with high frequency of social interaction, the positive effect of social interaction has a stronger influence on them, and it is more likely to promote their participation in commercial endowment insurance.(2) In terms of mechanism analysis, social interaction can regulate residents' risk attitude, improve their happiness, and then affect the demand for commercial endowment insurance.(3) In terms of heterogeneity, the analysis concluded that social interaction has different effects on residents with different demographic and regional characteristics. Based on the above research conclusions, the paper puts forward corresponding countermeasures and suggestions from the government level, company level and individual level, in order to promote the benign and rapid development of China's commercial endowment insurance.

**Keywords:**Social interaction; Risk attitude; Well-being; Commercial endowment insurance

# 目录

<b>1 绪言</b>	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	4
1.2 国内外研究现状综述	5
1.2.1 居民参与商业养老保险的影响因素研究	5
1.2.2 社会互动对居民参与商业养老保险的相关研究	6
1.2.3 社会互动、风险态度与商业养老保险的相关研究	6
1.2.4 社会互动、幸福感与商业养老保险的相关研究	7
1.2.5 文献评析	8
1.3 研究内容与研究方法	8
1.3.1 研究内容	8
1.3.2 研究方法	9
1.4 创新与不足之处	10
1.4.1 可能的创新之处	10
1.4.2 不足之处	10
<b>2 相关概念及理论基础</b>	12
2.1 相关概念	12
2.1.1 社会互动	12
2.1.2 商业养老保险	12
2.1.3 风险态度	13
2.1.4 幸福感	14
2.2 相关理论基础	14
2.2.1 社会互动理论	14
2.2.2 马斯洛需求层次理论	15
2.2.3 生命周期理论	15
2.2.4 持久收入理论	16
2.2.5 信息不对称理论	16
2.3 社会互动对居民参与商业养老保险的作用机理及研究假说	17
2.3.1 社会互动能够直接促进居民参与商业养老保险	17
2.3.2 社会互动的间接影响-基于风险态度	18
2.3.3 社会互动的间接影响-基于幸福感	19
<b>3 社会互动对居民参与商业养老保险的研究设计</b>	20
3.1 数据介绍	20
3.2 变量选择	20
3.2.1 被解释变量	20
3.2.2 核心解释变量	20
3.2.3 中介变量	22

3.2.4 控制变量 .....	22
3.3 描述统计 .....	24
3.4 模型设定 .....	25
<b>4 社会互动对居民参与商业养老保险的实证分析 .....</b>	<b>26</b>
4.1 基准回归 .....	26
4.1.1 核心解释变量的实证结果分析 .....	26
4.1.2 控制变量的实证结果分析 .....	26
4.2 内生性问题 .....	28
4.3 稳健性检验 .....	29
4.4 社会互动对居民参与商业养老保险的机理分析 .....	30
4.4.1 基于风险态度的影响机理分析 .....	30
4.4.2 基于幸福感的影响机理分析 .....	30
4.5 异质性分析 .....	32
4.5.1 基于人口特征的异质性分析 .....	32
4.5.2 基于地域特征的异质性分析 .....	33
<b>5 研究结论与对策建议 .....</b>	<b>36</b>
5.1 研究结论 .....	36
5.2 对策建议 .....	37
5.2.1 政府层面 .....	37
5.2.2 保险公司层面 .....	38
5.2.3 个人层面 .....	38
<b>参考文献 .....</b>	<b>39</b>
<b>后记 .....</b>	<b>45</b>



# 1 绪言

## 1.1 研究背景及意义

### 1.1.1 研究背景

近年来,随着网络媒介的快速发展,各大网络平台频频出现“老龄化”、“低生育率”等词语,并引起学界众多研究者对我国老龄化问题的关注和讨论。据我国七普调查结果可知:六十岁及以上人口占比为 18.70%,和六普调查结果相比,六十岁及以上人员比例提高了 5.44 个百分点,这些数据对比显示,我国老龄化问题将愈加严峻。根据国家卫健委与全国老龄办的预测数据,当到 2025 年时,我国 60 岁及以上的老年人口数量预计将升至 3 亿。而在接下来的十年里,这一数字将进一步突破 4 亿,超过全球所有发达国家的老年人口总和。届时,我国面临的养老服务和社会服务挑战将前所未有,艰巨性和复杂性均将达到新的高度。因此,面对如此严峻的人口老龄化问题,亟需完善我国多层次的居民养老保障体系。

党的二十大报告强调“要实施积极应对人口老龄化国家战略”等提议,而我国养老体系还存在不够健全的情况。我国目前的养老方式主要集中于三支柱养老体系:第一支柱是基本养老保险,如图 1.1,截至目前,我国基本养老保险资金池数量众多,地区养老保险存在支付压力差异巨大、后续可能出现收不抵支的现象等,部分地区甚至容易具有“穿底”风险。并且,虽然这一制度能保障大部分低收入者未来生活的养老水平,但仍然无法保障居民未来更高水平的养老需求。同时,养老服务消费存在价格风险,使得预期不断上涨的物价与养老金收入涨幅不匹配。

第二支柱为企业年金和职业年金。据人力资源和数据保障部数据显示,2023 年三季度,我国企业职工参保人数仅约 3102 万人,企业年金和职业年金覆盖人数为 7000 万人,企业年金占城镇职工养老保险的比例较低,显示我国企业年金市场覆盖率存在过低的情况,后期发展存在瓶颈。且据人社部社保基金监管局调查显示,我国企业年金投资范围不断增加的同时,投资收益率易呈现较大水平的波动,这与发达国家相比我国企业年金的投资需要寻求更优的渠道,同时企业年

金的金融市场有待加强和完善。除此之外，我国企业年金呈现以东部沿海发达城市为主的区域不平衡的现象，以及存在以大中型国有企业为主的行业不平衡并存现象，这些同样使企业年金的发展有限，第二支柱难以发挥应有的作用。

第三支柱为商业养老保险。据中国银保监会官方数据显示的 2023 年报告，我国各地区人身保险原保费收入约为 35379 亿元，人身保险密度为 2527.21 元，按照养老保险占寿险 20%的比例推算，商业养老保险密度仅为 505.41 元，占当年人均可支配收入的 1.29%，存在规模过少的情况。且在中国的社会背景下，传统的“养儿防老”和“以房养老”观念在近年来受到了经济下行压力和年轻一代自由主义思想的冲击。此外，我们观察到家庭结构逐渐小型化，生育率降低，代际关系日益疏远，传统孝道观念也逐渐淡化等（彭魏倬加，2020）。这些现象间接催生了居民对商业养老保险的更大需求。鉴于这样的多重社会和经济环境，我们急需深入剖析影响我国商业养老保险发展的各种因素，以便补齐短板，推动第三支柱养老保险的健康发展，从而满足居民多元化的养老保障需求。

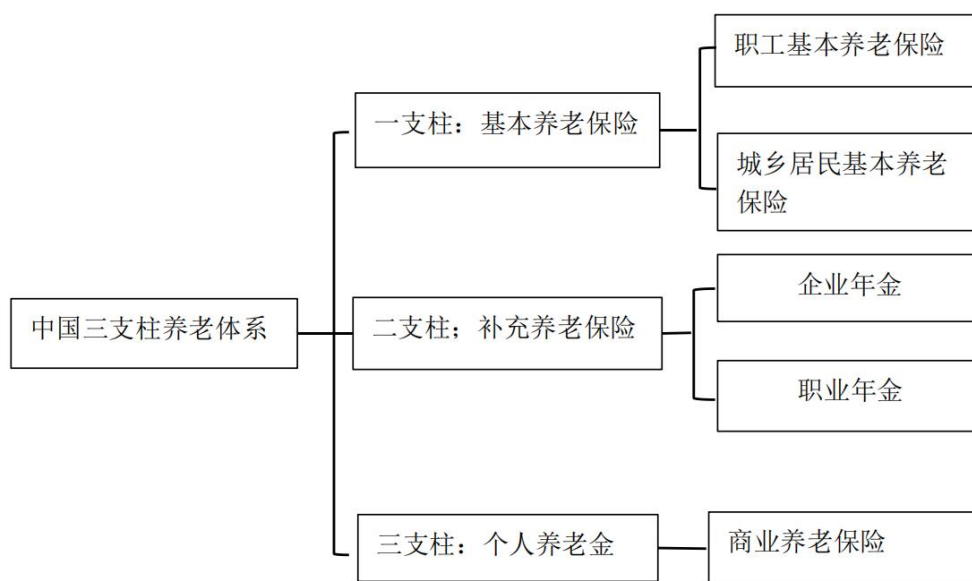


图 1.1 我国三支柱养老体系构成

面对我国人口老龄化问题严峻的现状，国家和社会高度关注众多居民未来如何养老问题，致力于构建多元化的养老保险体系，其中，推动商业养老保险的发展成为缓解老龄化压力的关键一环。银保监会发布了《中国银保监会办公厅关于

开展专属商业养老保险试点的通知》（银保监办发〔2021〕57号），从2021年仅有的6家专属试点养老保险公司，到2022年3月1日起的逐步扩大范围，允许更多符合条件的养老保险公司承接专属商业养老保险业务。同时，该通知明确要求试点公司保障消费者需求、完善产品开发和规划。并同时要求各银保监局加强行业监管，并制定完善的风险预防措施等。在此背景下，商业保险机构应积极响应国家号召，从保险理念层面进行深度创新挖掘，开发出更多符合养老需求的保险产品。

以往众多学者热衷于商业养老保险需求的影响因素研究，多聚焦于经济层面对商业养老保险需求的探讨，然而，罕有从社会学与经济学视角进行融合研究，对此方面进行深入探究的文献尚显不足。特别是在中国这个注重“人情世故”的社会背景下，社会个体间的互动对保险需求产生的影响不容忽视。因此，本文旨在弥补这一研究空白，通过综合社会学和经济学的理论，深入探讨社会交往和社交关系对商业养老保险需求的影响机理。

一方面，由于商业养老保险的投资和受益期间间隔较长、保险条款的复杂程度、居民对保险机构的信任不足等原因，使得我国商业养老保险需求严重不足。目前我国商业养老保险营销主要基于社会关系的亲缘和地缘营销，居民在熟悉的圈子里互动和比较保险产品，容易使其提升保险认知和并产生购买想法。那么在我国这样一个格外重视礼尚往来的“人情”的传统社会，研究社会互动对居民商业养老保险决策行为的影响也显得很有必要。从另一方面看，随着时代的发展，我国的手机和互联网使用率与日俱增，人们的社交和沟通方式随着QQ、微信、抖音等媒体的兴起而发生了极大改变。2023年8月28日，中国互联网络信息中心公布了一份重要的统计数据，即《中国互联网络发展状况统计报告》，这份报告显示，截至2023年6月，我国网民规模已经扩大至10.79亿人，相较于2022年12月，网民数量增加了1109万人，互联网普及率达76.4%，其中社交类应用占应用类行业之首。因此，在此次网络迅猛发展的浪潮中，各大保险公司敏锐地嗅到商机，争相将各自保险产品推向互联网平台和移动手机端，极大地提升了保险产品的销售与推广效率，提升了便捷性，推动了我国保险业的发展。同时，以互联网为媒介，促使亲戚朋友甚至陌生人之间能通过社交媒体对保险产品进行充分讨论和推荐种草，进一步拓宽了保险市场的传播渠道。

因此，在我国这样一个重视人情且互联网发达的社会，高社会互动频率的居民能否将更有可能接触到商业养老保险相关知识和产品？能否提升居民商业养老保险意识并加强对产品的购买力度？在人口老龄化问题日益严峻、社交媒介日益多样、社交圈子日益复杂的现代社会，研究这一问题显得很有意义。

### 1.1.2 研究意义

#### (1) 理论意义

第一，社会互动的研究为行为经济学的研究领域提供了更广阔的视野。对于居民商业保险参与影响因素的研究，已有文献着重于关注居民自身、家庭以及外在的经济社会等方面因素，如居民的年龄、性别、教育程度、家庭收入、通货膨胀等。然而，随着社会互动理论的丰富和发展，经济学研究者开始逐渐拓宽视角，对交叉学科的融合更加重视，对社会因素的影响因素日益重视。以往对于社会因素的忽视，可能是传统的经济学主要基于“独立的理性经济人”假设来分析经济问题的原因。然而，个体在现实生活中并非孤立的存在，人与人之间的经济决策往往是相互影响的。特别是在我国这样一个注重社会关系的“人情社会”中，忽视社会和个体的关系而进行经济决策影响分析，显然具有片面性。鉴于此，本文从社会特征的视角出发，深入探究其对个体经济决策的影响。本文利用中国综合社会调查数据库的最新两年数据，即 2018 年和 2021 年的混合截面数据，期望能随着时间变化，考察到个体特征的动态效应，进而研究社会互动对商业养老保险参保行为的影响，并希望能丰富商业养老保险决策的相关理论研究。

第二，本研究致力于更深入地探究居民参与商业养老保险行为的内在机理，以此来丰富关于居民商业养老保险决策的理论依据。决策行为常受到各种心理因素的深刻影响，而保险保障功能的充分发挥则依赖于广泛的保险覆盖面。因此，深入探讨影响消费者决策行为的心理因素，对于提升保险覆盖面的广度具有至关重要的意义。本研究聚焦于社会互动的作用路径，发现社会互动能够拓宽居民获取保险信息的渠道，促进感受的交流，形成社会规范与示范效应，进而对个体的风险态度产生积极影响，并提升主观幸福感。这些因素共同作用于居民，帮助提升居民保险意识，增强其商业养老保险参与意愿。

#### (2) 现实意义

第一，对于个人而言，本研究有助于引导居民通过社会互动选择恰当的商业养老保险产品，提升自身的风险保障能力。让居民认识到可以通过加强与亲戚、朋友的沟通交流、在网上借鉴保险产品的购买经验等选择与自身契合的保险产品，并提升商业养老保险认知，转变风险态度，提升养老风险防范能力。

第二，对保险公司而言，本研究有助于帮助保险公司对社会互动产生更加深刻的认识，认识到其对居民保险购买意愿有重要的引导作用，进而推动保险公司采取积极措施如加强社区微信群建设、重视互联网络媒体运营，增强客户间的沟通交流，提升居民在保险购买前、中、后期的沟通陪伴所带来的幸福感和信任感，提高居民参保意愿和满意度。

第三，对于政府而言，本研究有助于引导政府对良性社会互动的重视，助力于加强社会互动建设投入，积极营造信息充分交流、温暖融洽的社会环境和氛围，加强社会互动媒介平台建设和保险业诚信建设，并加强监管，进而使得民众在社会互动交流时提升保险意识，加强保险公司信任感，促进居民对商业养老保险的参与，推动第三支柱商业养老保险的发展壮大，完善多层次养老保障体系，积极应对我国的人口老龄化挑战。

## 1.2 国内外研究现状综述

### 1.2.1 居民参与商业养老保险的影响因素研究

已有大量文献对商业养老保险购买决策的影响因素进行研究。分析角度包括家庭特征、人口特征、主观态度、外部因素等。一是家庭特征方面，居民家庭经济状况越好，收入水平越高，购买商业保险的可能性越大（孙祁祥和王向楠，2013）。子女数量、家庭人口中老年人占比（陈志恒和胡桢，2023）、代际关系（于文广等，2022）、夫妻婚姻关系（孙陶和袁维海，2007）等都会影响商业养老保险的购买。二对于人口特征方面，教育水平越高的人，从多方面自主获取保险信息的能力越强，并能对这些信息根据自身情况进行处理，从而促进商业保险的购买（蒲成毅和潘小军，2012）。包括居民个人年龄、健康状况（张强，杨宜勇，2017）、以及认知能力（曹国华等，2020）等因素都会影响居民商业养老保险的参与。三是从主观态度方面，有研究表明，居民主观幸福感的提升能提高其

参与商业保险的可能性（桑林，2019）。此外信息感知（许燕，2016）、社会信任（刘金华和吴静，2019）、社会公平感知（郑雄飞和黄一倬，2020）等因素都可能影响居民参保的可能性。四是外部因素方面，如陈其芳（2016）通过调查发现，居民对商业养老保险的参保意愿与政府的宣传程度有显著的正相关，熊卫和于长永（2019）通过调查发现，社会流动、商业养老保险市场的可及性对居民是否购买保险存在显著的正相关关系。数字普惠金融的发展状况（刘冬姣和庄朋涛，2021）、经济发展水平等对保险参与也有显著影响。

### 1.2.2 社会互动对居民参与商业养老保险的相关研究

国内外多少研究发现，对社会互动这一变量所采用的指标不一且多以居民社交支出作为社会互动的考量，随着互联网的发展较少考虑线上型社会互动因素。国外学者 Duflo et al.（2003）通过随机抽样试验发现居民在自己的社交网络圈交流金融知识，促进了个体养老金的购买，Cai et al.（2014）通过随机试验发现社会互动通过保险知识的扩散，促进了个体商业保险的购买。国内学者宋涛和吴玉峰（2012）以及许燕（2016）通过区域问卷调查发现，社会互动拓宽了商业养老保险信息获取渠道，能正向影响居民对商业养老保险的风险感知、价值感知和信任感等，以此促进居民商业养老保险的参与，并进一步发现社会互动对农村居民商业养老保险参与的促进作用没有显著影响。王海萍和唐园园（2022）采用中国金融家庭调查数据中的家庭支出作为社会互动的衡量方法，研究发现社会互动对不同学历、年龄、收入水平的家庭商业保险参与均有显著影响。吴玉锋等（2023）根据中国综合社会调查数据，将居民的正式和非正式互动综合为统一的社会互动，发现社会互动对居民商业养老保险参与有显著影响，但对农村、低收入水平、中等学历人群没有影响。孙辉和张仁寿（2023）根据中国家庭金融调查数据中的居民生活支出作为社会互动的衡量方法，发现社会互动会促进居民家庭商业保险的配置。

### 1.2.3 社会互动、风险态度与商业养老保险的相关研究

相关研究表明，社会互动会影响居民的信息获取量和风险感知度，而又有研究表明居民的信息获取量和风险感知度会影响其参与商业养老保险，对社会互

动、风险态度与商业养老保险的关系研究较少。一方面,李涛和郭杰的研究发现,居民对待风险的态度受社会互动程度高低的影响,低社会互动的居民对风险有较敏感的主观感知,表现出明显的风险规避态度,而高社会互动居民会降低对风险的主观感知程度;此外,根据 WiJayaratna et al.的结论,居民对待风险的态度受其信息量多少的影响,而作为信息传递渠道的社会互动,便潜移默化影响着居民的风险态度。另一方面,根据段军山和崔蒙雪(2016)的研究,居民越厌恶风险,其越有可能购买商业保险,商业保险作为一种兼具保障与投资功能的金融产品,在居民资产配置中占据重要地位,而居民的个人风险态度在此过程中扮演着关键角色。不同的风险态度将影响居民对商业保险的配置决策,进而影响其整体的金融安全规划。秦芳等(2016)的实证研究发现,居民的风险偏好对商业养老保险的参与具有显著促进作用。高杨和牛子恒(2019)发现,社会互动的知识信息积累会改变个体对不同事物的认知,提升居民在金融决策中的准确性,并降低对风险的抵触情绪,进而优化其金融决策过程。

#### 1.2.4 社会互动、幸福感与商业养老保险的相关研究

相关研究表明,社会互动会影响居民的主观幸福感,而又有研究表明居民的主观幸福感高低会影响其参与商业养老保险,对社会互动、幸福感与商业养老保险的关系研究较少。一方面,刘立光(2021)的研究发现老年人在参与社会互动的过程中,他们能在自己熟悉社交场合和有共同感兴趣领域的人互动,他们心中的烦恼和压力更容易排解出去,这样可以缓解他们自身的心理负担,提升幸福感。雷晓康、陈泽鹏(2023)的研究发现,互联网的使用会促进居民的社会融合,即社会中人与人、个体与集体、集体与集体之间通过信息的交流互动,所产生的相互依赖性社交活动,对于促进主体的社会融入具有重要意义,并且显著地正向影响着老年人的主观幸福感。另一方面,曹直等(2020)发现,幸福感通过生命预期影响商业保险参与行为,并通过异质性分析发现,幸福感对商业保险参与行为的促进作用在收入更高、位于农村地区家庭的中更加显著。刘喜华等(2022)的研究中发现,幸福感能提高商业养老保险的参与意愿,主要表现为涵盖生活态度、家庭关系、宗族观念的新型家庭观念更容易提升居民的幸福感和,进而提高其商业养老保险的参与意愿。此外,该研究强调,在应对养老问题的实践中,应致力于

满足不同群体的需求，从而提升目标群体的满意度与幸福感，以及营造和谐家庭养老氛围，进而促进保险消费意识。同时，国外学者 Guven et al. (2015)发现，幸福感的体验会让人们渴望延长生命，这种渴望会促使人们对未来加强人力和物质资本的投入，以此提升商业养老保险的参与可能。

### 1.2.5 文献评析

关于商业养老保险参与的影响因素众多，但根据以往文献关于社会互动对居民商业养老保险决策影响的研究，对社会互动这一复杂的社会现象所采用的指标不一，或随着互联网的发展较少考虑线上型社会互动因素，这些均导致结论易有所差异。此外，有文献表明，社会互动会影响居民对待风险的态度和幸福感，而居民的风险态度和幸福感会显著影响其参与商业养老保险，但鲜有文献将居民的主观因素：风险态度、幸福感作为社会互动和商业养老保险购买的中介变量考虑，探讨其相关性和作用机理。

## 1.3 研究内容与研究方法

### 1.3.1 研究内容

随着我国人口老龄化速度逐渐加快，在居民的养老负担日益加重，养老难题亟待解决的背景下，为发挥商业养老保险满足多层次养老需求的作用，本文对国内外相关文献进行梳理和总结后，首先从理论逻辑上推导社会互动对居民参与商业养老保险的影响机理，再采用中国综合社会调查数据进行实证研究，检验社会互动与居民参与商业养老保险间的关系，最后根据理论分析和实证结果得出研究结论，并提出相应的解决建议。具体安排如下：

第一章：绪言。本章对选题背景及意义、国内外研究现状综述、研究的内容与方法、创新不足之处进行阐述。首先从我国日益严峻的老龄化现状出发，引用国家为解决老龄问题，在政策中多次强调、高度重视的多支柱养老体系，以及通过与一支柱的基本养老保险对比发现，第三支柱养老保险规模不足，引出商业养老保险在发展多层次、多样化的养老保障体系中的重要性。其次，通过引用参保数据展现居民对商业养老保险参保率不足，我国商业养老规模小等现状，指出有



必要研究制约我国商业养老保险发展的影响因素,促进我国第三支柱的养老保险发展。同时根据研究背景与相关理论提出社会互动可能影响居民参与商业养老保险的猜测;再次,对社会互动、商业养老保险参与、风险态度、幸福感等领域的文献进行总结分析,并对已有研究进行评述;最后,阐释本文可能的创新与不足之处。

第二章:相关概念及其理论基础。本章对相关概念、理论基础进行界定和分析,并梳理社会互动的影响机理,提出研究假说。首先,对社会互动、商业养老保险、风险态度、幸福感的概念进行界定;然后,基于社会互动理论、马斯洛需求层次理论、生命预期理论、持久收入理论、信息不对称理论进行理论分析,为后文研究提供理论依据。最后,根据概念和理论梳理社会互动的影响机理提出研究假说。

第三章:社会互动对居民参与商业养老保险的研究设计。首先,说明本文所采用中国综合数据调查数据库的数据来源,再介绍变量的选取和处理;并将选用的变量数据做描述性统计分析,最后,进行模型选择及模型设定。

第四章:社会互动对居民参与商业养老保险的实证分析。本章对所选取的变量进行 Probit 模型和 OLS 模型的基准回归,内生性检验利用 IV-Regress 模型和 IV-Probit 模型,中介效应根据温忠麟和叶宝娟(2014)的做法,对中介机理的检验使用逐步检验法,并进一步采用 Bootstrap 法,根据基准回归相似的方法,划分不同组别,并进行异质性检验,利用 Stata 软件进行实证检验。

第五章:研究结论及对策建议。基于前文理论依据和实证结果,得出本章研究结论,再依据结论结论对政府、保险公司、个人提出合理性建议。

## 1.3.2 研究方法

### (一) 文献研究法

本文通过对大量相关文献的整理,归纳了目前有关居民社会互动、商业养老保险参与、社会互动主观传导机理的相关研究进程和研究结论,并重点研究了社会互动与居民参与商业养老保险关系的文献,以此为契机深入地了解 and 准确把握有关最新的学术研究成果,为后文的研究提供理论基础。

### (二) 实证研究法

本文采用 CGSS 微观调查数据，根据本文研究对象构建 Probit 模型和 OLS 模型进行基准回归，内生性检验利用 IV-Regress 模型和 IV-Probit 模型，中介效应使用逐步检验法和 Bootstrap 法，并根据基准回归相似的方法进行异质性检验，利用 Stata 软件进行实证检验。

### （三）对比研究法

本文在做异质性检验时注重对居民主观文化意识方面的异质性检验，主要对居民人口和地域方面的差异做分类回归检验，并进行对比分析。

## 1.4 创新与不足之处

### 1.4.1 可能的创新之处

第一，已有部分文献探讨了社会互动对居民参与商业养老保险的影响，但随着新闻媒介传播方式的发展，大多对社会互动的界定不够全面，本文采用 2018 年和 2021 年中国综合社会调查数据组成混合截面数据，丰富信息含量的同时考察了个体特征在时间变化上的动态效果，并利用主成分因子分析法，将居民不同场景、不同层面的社会互动变量合成为一个指标，即社会互动综合指标，进而检验该指标如何影响居民对商业养老保险的购买。

第二，人口老龄化带来的影响既有宏观上关涉经济社会可持续发展问题，也有微观上关乎老年人的身心健康问题，因此本文在关注社会互动对居民参与商业养老保险影响的同时，进一步探索了这一影响在居民主观层面的作用路径，实证检验了风险态度、幸福感这两个中介因素在社会互动影响居民参与养老保险中发挥的作用，以期深入了解居民商业养老保险参与的内在影响机理，为居民商业养老保险影响因素研究提供理论支持。

第三，本文在做异质性检验时分别考察了个体和地域的不同特征影响，得出社会互动对居民参与商业养老保险的影响受居民基本养老保险参保行为、健康水平、养老观念、城乡、南北地域的不同而存在差异。

### 1.4.2 不足之处

其一、变量选择的不足。受制于调查问卷问题的局限性，对本文内生互动、

情景互动指标数据的衡量可能不够全面。且数据来自于采访居民获得的问卷调查结果，易使调查数据存在主观性较强的情况。

其二，数据库年份上的问题。虽然本文使用了 2018 年和 2021 年的中国综合社会调查数据库（CGSS）最新两年数据，但是数据还是相对过旧，成为本文研究的弊端。

## 2 相关概念及其理论基础

### 2.1 相关概念

#### 2.1.1 社会互动

社会互动通常指在交流过程中个体间在言语、行为、情感及认知等诸多方式的交互影响作用，涉及个体情感、知识、价值观等多维度。随着经济网络的发展和社会互动理论的深入研究，学者们对社会互动的研究出现跨学科化的发展方向，主要表现为融合心理学、管理学、社会学、经济学乃至计算机科学等多个领域。有关研究在经济学领域日趋表现在以下几个方面：首先，基于社会网络视角，是指个体在社会互动中形成的关系网络，包括亲朋好友形成的交际圈子，也就是线下互动。这一视角为经济学研究社会互动提供了重要方向，有助于揭示社交群体间的联系及其对经济决策的影响。其次，分析社会影响与信息传播机制，探讨社会互动在广告、口碑营销和社交媒体等领域的作用，也就是线上互动，这样进一步揭示其对消费者行为和市场效率的影响。最后，经济学还通过计量方法深入研究社会互动，运用收集的相关有效数据，利用计量模型的方法研究社会互动的影响机制，使结果更加精确和量化。

然而，经济学者在界定社会互动概念时，对社会学中的定义存在局限于某一学科的情况。相比之下，Durlauf等（2010）的定义更为准确，认为社会互动影响涉及个体情感、知识、价值观等多维度，并将社会互动分为内生互动和情景互动，内生互动的影响是双方交互式共同促进的，而情景互动为单向示范影响效果，为个人单向的模仿式学习，进而共同影响个体的偏好和经济决策。这一定义将个体的社会与经济角色相结合，更贴近经济学的研究范畴。因此，本文所指的社会互动遵循Durlauf等的定义，以期在经济学领域进行更深入的研究。

#### 2.1.2 商业养老保险

商业养老保险，作为保险公司提供的保险产品与服务，其核心在于养老保障的布局与财产监管，它不仅对养老保障制度起到了重要的补充作用，而且是以投

保者的寿命或健康状况为保险标的,当投保者达到退休年龄或保险合同约定的特定时点时,保险公司会根据合同条款支付相应的保险金。在市场经济环境中,商业养老保险企业在开展保险业务时,需要致力于实现更大的经济效益,以确保其市场效益的可持续性。从更宽泛的定义来看,商业养老保险是由投保人自主选择并购买,由保险机构承保的具有养老保障特性的商业保险。

从实际运作的角度来看,商业养老保险属于长期人寿保险的一种,本质上是一种生存保险。投保人通过分期或一次性缴费的方式,为养老提供实际的经济补充。当被保险人达到合同约定的年龄或条件时,可以依据合同约定领取保险金,以支持其养老生活。

因此,商业养老保险实际上是为市民提供的一种经济保障产品。其目的在于确保市民在离退休后,即使面临收入下降的情况,仍能保持正常生活的经济来源。这与社会基本养老保险存在显著的区别,商业养老保险更侧重于个人选择和市场化运作。

### 2.1.3 风险态度

个体在决策过程中,会面临多种可能的结果示范,这些结果示范会对决策者的选择产生深远影响。当居民有相同的预期收益,当面对不同的风险环境,个体的经济决策往往出现很大差异。郑家亨在1995年曾指出,风险态度反映了个体在面对风险时,对风险的容忍和接纳程度是不同的。

如在投资市场上,假设每位投资者都拥有100万的资金,并渴望获得较大收益。当面临不同选项:一是以大概率赚取小利润,二是以较小的概率赚取较大的利润时,后者将是风险偏好者的首选,希望获得更高的潜在收益;而风险厌恶者则更倾向于选择风险更小的前者。这种选择偏好直接反映了不同个体对风险的容忍程度,风险偏好者往往对风险的容忍度较高,而风险规避者则对风险的容忍度较低,甚至可能完全无法容忍任何风险。

在本文中,我们将风险态度划分为上述两种类型,以便更精确地描述和分析个体的决策行为。商业养老保险的保险原理是一种风险管理工具,它能够在一定程度上规避个体风险。所以,居民的风险态度不同,决策行为也大不相同,包括对商业养老保险的选择和购买。

## 2.1.4 幸福感

幸福感这一概念最初在心理学领域崭露头角，随后被社会学、经济学、管理学以及体育学等多个学科所采纳，并逐步发展为研究焦点。Diener. (2000) 将主观幸福感定义为“个体对自身生活的情感（心情与情绪）与认知上的综合评估”，这一界定在学术界得到了广泛认同。主观幸福感是一个综合性的主观评价指标，涵盖了生活满意度等多个维度。自伊斯特林于 1974 年将幸福感研究引入经济学领域以来，幸福经济学便成为学者们的热议话题，相关研究层出不穷。

回顾以往研究文献，我们可以将幸福感的影响因素划分为两大类。首先是外部宏观环境因素，包括经济社会环境、政府治理水平、网络媒体的发展程度等；其次是个体微观层面的因素，例如收入状况、消费水平、婚姻状况以及社会关系等。这两大类因素共同作用于个体的幸福感，构成了幸福感研究的丰富内涵。

## 2.2 相关理论

### 2.2.1 社会互动理论

社会互动是一种群体间的交流互动行为，与居民日常生活相伴相生，影响着居民的选择与决策。正如前文所提，学界的研究呈现社会学和经济学领域交叉融合研究趋势，用以研究个人决策选择问题。

鉴于市场存在信息不对称、决策行为人知识水平有限等情况，决策者在面临选择时往往难以对信息进行充分了解，这时，观察他人的决策行为，能让居民的选择变得更加高效便捷。Manski (2000) 的社会互动理论在学界颇具影响力，他将社会互动划分为内生互动与情景互动两类。内生互动表现为决策者的行为受到其他个体或群体决策的影响，同时该决策者的行为也会反作用于其他个体和群体，形成双向影响结果，这种互动主要通过信息获取、感受交流、社会规范等多种机制的影响，此种影响主要通过线下型社会互动实现的；而情景互动则更侧重于“结果的示范效应”，即个体在做出决策时会参考群体的行为决策，积极或消极的示范效应将分别增加或减少居民的保险需求，此种影响主要通过线上型社会互动实现的。

### 2.2.2 马斯洛需求层次理论

马斯洛需求层次理论认为，人的需求分为生理、安全、社交、尊重及自我实现五个层次，以分层金字塔的形式展现，从低到高依次为最低层次到最高层次。该需求层次理论表明，尽管人们的需求层次是一级一级递增的，但各层次的需求并非孤立存在，而是相互依存的，表现为当个体面临多种需求未得到满足时，最低层次的生理需求因其直接关系到个体的基本生存，这时的需求显得最为强烈。而当各层次需求依次得到满足后，人们便会渴望更高层次需求。因此，在现实生活中，个体的需求只有得到满足时，他才会进一步追求更高层次需求，各层次需求是不可或缺且相互依赖的。

在商业养老保险的需求影响因素研究中，基于马斯洛需求理论，居民基本的生理需求得到满足后，才有余力购买商业养老保险，这也为后文选择收入、房产等作为控制变量提供依据；与此同时，当居民更高层次的需求得到满足后，而这时较低层次预期的养老需求得不到保障时，居民也将加大对该层次需求的投入。

### 2.2.3 生命周期理论

佛朗哥·莫迪利安尼等人提出的生命周期理论，与凯恩斯的绝对收入决定消费的观点形成鲜明对比。后者主张个体的消费水平仅由当前收入决定，而前者则强调人一生的全部预期收入才会对当前消费产生影响。佛朗哥·莫迪利安尼等人的理论是基于理性消费者和效用最大化假设，采用边际效用分析工具对个体消费行为进行剖析，进一步丰富了生命周期理论的内容。

佛朗哥·莫迪利安尼等人发现了储蓄的生命周期理论，指出消费和储蓄与个人的一生收入及未来生命预期紧密相关。他们将人的一生划为未成年、成年和老年三个时期阶段，并观察其收入与消费的线性变化，发现该曲线呈倒U型，即收入呈现逐步上升至成年期达到顶峰，而后因个体生产能力降低而逐步下降。与此同时，个体的消费水平随着收入的上升而上升。据此发现居民在未成年和老年期居民消费大于收入，为负储蓄状态。

因此，出于理性人假说，人们为减少一生消费水平发生较大波动，普遍倾向于合理分配一生的收入。然而，由于预期生命和未来收入难以准确估计，居民的

养老储蓄规划往往难以准确按照生命周期理论进行。此时，商业养老保险制度替居民合理规划一生养老金，消除顾虑。具体表现为成年期储存部分剩余收入，用于购买商业养老保险养老金，到了老年期，定期领取养老金，很好地维持了老年消费水平。因此，基于储蓄的生命周期理论，居民应提前做好准备，合理规划养老商业养老保险金，积极应对老年危机。

#### 2.2.4 持久收入理论

弗里德曼（2005）提出的持久收入理论强调，居民消费不应仅受限于当前收入的绝对数值，而应基于其持久性收入。这一理论将个人一生的收入划分为暂时收入与持久收入两类，其中暂时性收入如奖金、意外所得等属于短期、非连续性的收入；而持久性收入则代表长期平均的预期收入，可视为家庭或个人长期收入的稳定值。相应地，消费也可分为暂时消费与持久消费，且持久消费与持久收入间存在稳定的关联。该理论揭示，个人的消费支出并非与即期收入紧密相关，消费者在各个年龄阶段倾向于维持接近预期的平均消费率。此外，人的一生可分为工作期和非工作期，非工作期的消费主要依赖于工作期的储蓄。

养老保险制度，特别是商业养老保险的发展，在平衡居民工作期与非工作期收入方面发挥着关键作用，帮助居民合理且长远规划收入，平滑工作和非工作期的消费水平，有效保障居民在非工作期也能维持基本生活需求，能很好保障居民未来的养老生活水平。

#### 2.2.5 信息不对称理论

信息不对称理论揭示了在市场交易中，市场参与者的市场信息掌握能力各异，导致他们在市场中的地位也大不相同。一部分参与者由于长期在特定领域市场深入研究，已经熟练掌握了市场信息，如内幕和运作方式，在市场占据优势地位，从而可能剥削那些对市场了解不足的参与者，在资本市场也所谓的“割韭菜”。这种信息不对称现象在保险市场尤为常见。常见的保险市场信息不对称问题表现在其较为特殊的风险分担机制方面，成为阻碍保险市场正常运作的主要因素之一。在保险行业，信息不对称常见的两大问题：逆向选择和道德风险。逆向选择是指在签订保险合同前，由于大量高风险人群的加入，是的保费提高，而低风险



人群因费用过高，不得已退出市场的现象。所谓道德风险指投保人的不诚信行为引发的骗保事件，由于保险公司及其代理人对被保险人明晰情况掌握不足，易存在投保人故意骗保情况的发生。

然而，在投保过程中，这种信息不对称是双向的，投保人和保险人都可能成为占据有利地位的一方。保险公司也极易成为市场有力一方，如投保人难以充分了解保险公司信息，复杂的保险条款也使得普通居民在合同签订和赔付过程中处于劣势。综上所述，信息不对称在保险市场中具有普遍性，对市场的正常运作构成严重威胁，居民的良性互动和互动形式的多样化能减少这一现象的发生，因此，需加强市场监管，提高信息透明度，并营造社会互动环境，促进市场健康发展。

## 2.3 社会互动对居民参与商业养老保险的作用机理及研究假说

### 2.3.1 社会互动能够直接促进居民参与商业养老保险

Manski.(2000)对社会互动的影响机制做了初步的研究，他认为社会互动的影响渠道主要包括内生互动与情景互动。Hong et al. (2004)又把内生互动包括为信息的口头交流和在交流中获得愉悦感这两种机制。内生互动的信息传递机制指居民间通过交流传递信息，促使其在观察与互动中学习。社会互动在影响商业养老保险决策时表现为，居民间通过交流信息从而了解和学习保险知识，以此降低保险参与的搜索成本。同时居民在日常交流共同话题过程中会获得愉悦感、幸福感等感知，内生互动进而通过影响保险决策的主观效应来促进居民对商业养老保险的参保可能性。根据 Blume et al. (2011) 的研究讨论，情景互动主要通过结果示范效应对个体金融决策产生影响，这种影响的结果是单向传递或不确定的。在商业养老保险信息的情境互动中，居民往往会单方面接收到相关的“积极反馈”或“消极反馈”作为示范。若居民接收到的是积极反馈的示范，这将对潜在保险客户的购买决策产生积极影响；反之，若接收到的是消极反馈，则可能会抑制居民对商业养老保险的购买意愿。

综上，在分析社会互动对居民商业养老保险购买决策的影响时，我们需要综合考虑不同层面社会互动在两种互动形式下的叠加效应。基于此，提出研究假说。

H1:社会互动促进居民参与商业养老保险。

### 2.3.2 社会互动的间接影响-基于风险态度

#### (1) 社会互动、风险态度和商业养老保险参与

社会互动对居民的影响方式和影响内容是多种多样的,不论是交互影响的内生互动还是单向影响的情景互动,都会影响人们的各种决策行为。通过前文的已有研究梳理,不少研究都得出了社会互动会对居民保险消费决策具有显著的正向影响。不难发现社会互动对人们的影响是多方面且深远的,认知能力、观念态度、行为选择等诸多方面。基于信息的不对称性理论,社会互动的一系列传导效应会影响个体看待事物的角度,也会改变居民原有的主观意识,而意识指导行为,进而影响居民看待风险的态度。

基于心理学范畴,人们在面对潜在的风险时,不同的个体对风险的承受能力不同,因此提出了提出风险偏好和风险厌恶的概念,目的是掌握投资者对待风险的态度,即表现为面对预期风险带来的结果是接受还是抵触。具体在保险购买决策时,社会互动的调节作用会调节居民的风险态度,要么风险偏好,要么风险厌恶,进而影响居民参与商业养老保险。基于此,提出本文假说。

H2:社会互动会调节居民的风险态度,进而影响其参与商业养老保险。

### 2.3.3 社会互动的间接影响-基于幸福感

一方面,对于社会互动与居民幸福感方面的研究表明,由家人、亲戚、朋友和邻居构成的社交网络,能够成为居民生活压力和情绪需求的“减压阀”,他们心中的烦恼和压力更容易排解出去,这样可以缓解他们自身的心理负担,促进居民幸福感的提升。张君安和张文宏(2019)发现,当居民有情感需求时,他们的社交网络能为他们提供情感支持,而当居民有工具性需求时,熟悉和可依赖的社交网络帮扶能为他们提供相应的应对方式。因此,这也为社会互动可提升居民幸福感提供可研究的依据。

另一方面,对于幸福感与居民商业养老保险参与方面研究,关于心理学的调查试验发现,包括幸福感在内的主观心理情绪会影响人的各种行为(Johnson et al. 1974)。幸福状态的人往往拥有积极向上,知足常乐的情绪。而情绪状态积极的人往往时间偏好较低,促使他们对未来产生良性思考并积极规划人生的各个阶段

Ifcher et al. (2011)。Drichoutis et al. (2013) 的研究发现, 幸福的人往往风险厌恶和时间偏好程度较高, 而偏好于冲动和冒险的个体, 往往与消极情绪有关, 也就是说幸福的人往往会减少冲动消费, 倾向于安全性更高的养老金储蓄产品, 而这时商业养老保险便发挥了积极作用。由此, 根据相关研究分析及马斯洛需求层次理论、持久收入理论和生命预期理论, 居民幸福感的体验会让人们渴望延长生命, 这种渴望会促使人们对未来各年龄段的消费有更加合理规划倾向, 并加强未来养老规划的人力、物质资本投入, 以此提升商业养老保险的参与可能, 因此, 提出本文研究假说。

H3: 社会互动会提升居民的幸福感和风险态度, 进而影响其参与商业养老保险。

经过归纳并结合本文的研究内容, 得到社会互动对居民参与商业养老保险的影响机理框架示意图如图 2.1 所示:

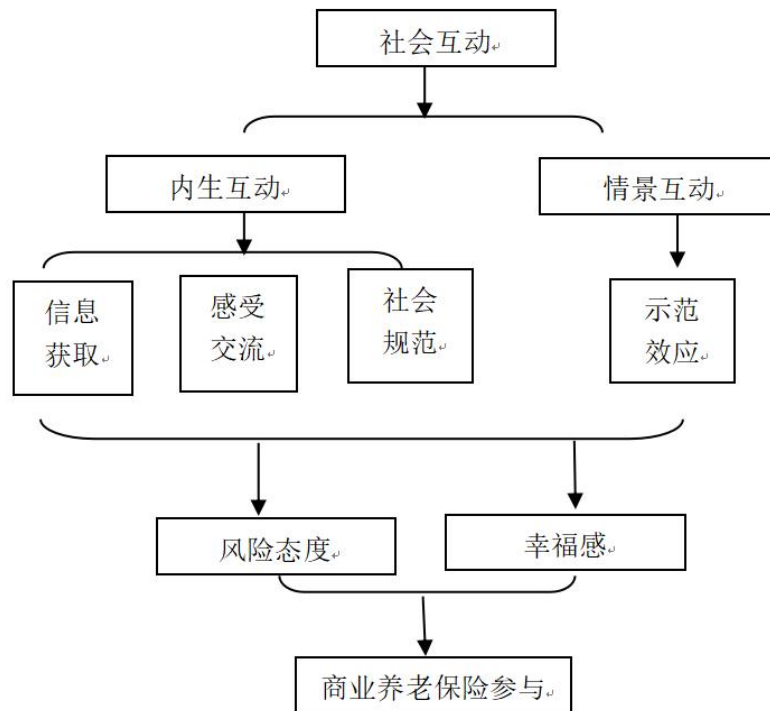


图 2.1 社会互动对居民参与商业养老保险的影响机理

### 3 社会互动对居民参与商业养老保险的研究设计

#### 3.1 数据介绍

本文数据采用“中国综合社会调查”(CGSS)目前最新的两年数据,2018年和2021年数据,组成混合截面数据。该数据库始于2003年,是我国首个覆盖全国范围、集多元内容于一体且持续进行的大型综合社会调查项目,覆盖个体特性、家庭特性等微观层面的问题,还涵盖了社会因素等宏观层面的议题,成为一项全国范围内极具代表性的大型社会调查项目。因此,该数据库完全契合本文的研究需求,为我们的研究提供了宝贵的数据支持。数据库两年总样本量约为两万多个,本文结合研究需要,剔除缺失值和异常数据后,筛选对商业养老保险的影响因素后,选取有效样本共计16604个,并对其进行基准回归。

#### 3.2 变量选择

##### 3.2.1 被解释变量

被解释变量考察的是我国居民商业养老保险的参保情况,它为二值变量,定义为是否参加商业养老保险。根据CGSS问卷中对商业养老保险购买变量,来自于问卷问题:居民在调查之时“是否参加了商业养老保险”。若受采访的居民参加了商业养老保险,则将该变量赋值为1,没有参加则赋值为0。

##### 3.2.2 核心解释变量

核心解释变量考察的是我国居民的社会互动情况,根据社会互动的影响机理,内生互动是通过居民间相互影响,观察性学习中对其决策产生影响并获得主观效用,具有群体之间的相互影响机制。而情景互动是一种单向的结果示范机制,互联网对居民的影响与日俱增,人们从新闻媒介上观察到某种行为对人们的决策影响与情景互动相似。若居民在新闻媒介中看到了关于商业养老保险的积极影响,则会对其学习或模仿;然而,若居民从互联网上观察到参加商业养老保险所带来的负面影响,他们则可能会停止模仿和学习。因此,本文根据内生互动的影

响机理，将 CGSS 数据库中受访者和邻居、其他朋友进行社交娱乐活动（如互相串门，一起看电视、吃饭、打牌等）的频繁程度来反映居民的内生互动情况；同理，依据情景互动的影响机理，将问卷中使用媒体 1.报纸；2.杂志；3.广播；4.电视；5.互联网（包括手机上网）；6.手机定制消息的情况，按照居民对这些媒体的使用频率来反映情景互动情况。然后对这 8 个问题的答案进行五点或七点赋值，并通过主成分因子分析法构造社会互动这一综合变量。

根据 KMO 检验得出，KMO 值为 0.640，比较适合做因子分析。

表 3.1 为因子分析后的因子得分，最后，将内生互动和情景互动的因子得分记作 F1、F2、F3，乘以各自贡献的方差比例并相加，从而构造成社会互动(interact)综合变量，当综合因子得分大于中位值时取值为 1，否为 0，分别对应高水平社会互动和低水平社会互动，并据此构造虚拟变量“社会互动”。

表达式如下：

$$interact=0.4019*F1+0.3087*F2+0.2893*F3 \quad (3-1)$$

表 3.1 社会互动的因子分析结果

	因子		
	内生互动	情景互动	
“请问您与邻居进行社交娱乐活动（如互相串门，一起看电视、吃饭、打牌等）的频繁程度”	0.59090	-0.13106	-0.03405
“请问您与其他朋友进行社交娱乐活动（如互相串门，一起看电视、吃饭、打牌等）的频繁程度是”	0.57327	0.17425	-0.02688
“[1 报纸]过去一年，您对以下媒体的使用情况是：”	-0.03427	-0.06386	0.43475
“[2 杂志]过去一年，您对以下媒体的使用情况是：”	-0.02183	0.06929	0.39277
“[3 广播]过去一年，您对以下媒体的使用情况是：”	-0.02630	-0.07972	0.33552
“[4 电视]过去一年，您对以下媒体的使用情况是：”	0.13563	-0.37114	0.25464
“[5 互联网（包括手机上网）] 过去一年，您对以下媒体的使用情况是：”	0.02006	0.54403	-0.02637
“[6 手机定制消息]过去一年，您对以下媒体的使用情况是：”	0.03311	0.42997	0.03931
特征值	1.2674	2.2901	1.4118

续表 3.1

方差贡献比	0.6212	0.2863	0.4627
-------	--------	--------	--------

### 3.2.3 中介变量

对于社会互动对商业养老保险影响的中介变量选择,选取数据库中的风险态度、幸福感作为中介变量进行作用机理检验,检验其是否发挥了中介效应。一是对于风险态度,风险态度指的是个人对投资风险持有的不同偏好。本文借鉴许莉等(2023)的做法,根据数据库中衡量居民风险态度的问题:“采用是否从事股票、基金、债券、期货、权证、炒房、外汇投资、其他等投资活动”来衡量受访者的风险态度,从事相关投资活动则表示风险偏好,赋值为1,未从事则表示风险厌恶,赋值为0。二是对于幸福感,使用中国综合社会调查数据库中对幸福感的主观评价指标来测量中介变量幸福感,问卷询问“总的来说,您觉得您的生活是否幸福”,对回答结果的主观幸福程度进行赋值,为1—5。

### 3.2.4 控制变量

影响居民商业养老保险决策的因素有很多,基于前人学者对商业保险的需求的研究,从居民的人口特征、家庭特征、地域特征方面构造控制变量,以期得到更加准确的结果,即社保参与情况、年龄、自我认知健康程度、受教育程度、家庭人口、家庭收入、房产数量。

(1) 社保参与情况: 社保参与情况是否会促进还是阻碍商业养老保险参与,关系尚不确定。一方面,社保参与可能会减少居民的货币存量,进而降低居民商业养老保险参与意愿。另一方面,社保参与也可能提升居民的保险认知水平、增强意识,促进居民将商业养老保险纳入考虑范围。因此,将社保参与情况作为控制变量进行深入探究,对已经参与社会保险的居民赋值为1,未参与居民赋值为0。

(2) 年龄: 由于人生中的收入并非始终稳定,众多统计数据表明,个体通常在中年时期达到收入峰值。然而,这一时期的人们也往往面临着较大的经济压力,因此他们更倾向于寻求风险转移的途径,从而使得保险成为了一个较为理想

的选择。为了准确衡量这一现象,我们采用了 2018 年和 2021 年版的 CGSS 数据,通过计算 2018 年和 2021 年与各自受访者出生年份之差来确定相关变量。

(3) 自我认知健康程度:商业养老保险的投保过程中,核保环节是不可或缺的,对于那些身体健康存在问题的居民,会有被拒保的风险。因此,对于自我认知健康程度较差的居民,往往对购买商业养老保险持消极态度。然而,对于自我认知健康程度较高的居民,对养老保险会有截然不同的看法。一方面,自我健康认知良好的居民,认为意外医疗风险发生的概率较低,进而增加对养老保险的参与。另一方面,有些人虽然自我健康认知较好,但可能出于谨慎,会提高对医疗保险的购买意愿,相应地减少对养老保险的需求。对这一变量的确定,主要依据受访者的健康自评,细分为从非常不健康到非常健康的五个等级,并据此进行 1-5 赋值。

(4) 受教育程度:教育程度较高的居民通常能较快掌握新知识,并具有较强的理性判断能力,对自身所面临的风险能更精确评估,并对养老保险产品的选择和未来养老规划有着清晰的认知。因此,根据问卷受访者的最高教育程度为依据,对调查答案进行重新赋值统计,从 1-13 依次赋值。

(5) 家庭人口数量:家庭人口数量,包括需供养的老年成员和需照顾的子女,是影响商业养老保险消费的重要因素。鉴于家庭消费的替代性特点,家庭成员数量的多少会直接影响商业养老保险的消费决策。此外,受传统“养儿防老”观念的影响,子女数量的多少同样会对居民是否选择购买商业养老保险作为养老规划产生显著影响。因此,本文将家庭人口数量纳入统计分析,以更全面地考察其对商业养老保险消费的影响。

(6) 家庭收入:基于马斯洛需求层次理论,居民通常在基本生活需求层次得到满足后,才会对寻求更高层次的保障。随着我国经济社会的发展,商业养老保险的需求也呈现不断上升的趋势。为更准确地衡量收入对保险需求的影响,本文将采用收入的对数形式进行统计分析。

(7) 房产数量:家庭房产的数量作为衡量家庭经济水平的重要指标,其多少直接反映了家庭或个人的经济实力。随着经济水平的提升,居民的养老消费需求也会相应增加。此外,受到“以房养老”传统观念的影响,居民在商业养老保险消费方面也会有所考量。因此,为了更全面地分析相关因素,本文将房产数量

纳入统计范围。

(8) 城乡户口：尽管我国城市化进程持续加速，城乡之间的差距依然显著。相较于农村人群，城市居民的平均收入水平更高，消费意愿更为强烈，更有可能与保险代理人或中介机构建立联系。此外，城市居民往往具备更为先进的风险分散意识，这可能对保险需求产生积极的影响。为了准确衡量这一差异，本文将依据问卷中的“您目前的户口性质是”这一问题来确定相关变量。

此外，各地经济和保险市场的发展水平各异，因此还加入了省份控制变量。

### 3.3 描述统计

表 3.2 为描述性统计结果显示。样本中居民平均年龄为 52.22 岁，有 75% 的居民表示已参加基本的养老保险，居民的家庭人口数量均值为 3.20 人。购买商业养老保险的居民的社会互动水平明显高于未购买的居民，已购买的居民社会互动水平为 72%，未购买的居民的社会互动水平为 48%，两类居民社会互动水平相差 24%。从居民的个体特征来看，购买商业养老保险的居民平均年龄为 46.42，明显低于未购买居民的平均年龄（52.71）。参保者的社保参保行为、最高学历、健康程度均高于未参保者。从居民的家庭特征来看，参保者的家庭人口数量（3.22）明显少于未参保者（3.06），参保者家庭年总收入、房产数量均明显高于未参保者。描述统计分析显示，居民的个体特征、家庭特征以及社会互动特征均对其购买商业养老保险产生影响。据此，我们推测社会互动水平较高的个体更有可能选择购买商业养老保险。为验证这一推测，后文将采用更为严谨的实证分析进行检验。

表 3.2 描述性统计结果

变量名称	全样本					未参保 N=152	参保 N=12 81	均值 差异 检验
	n	mean	sd	min	max	mean	mean	
商业养老保险	16604	0.0775	0.2674	0	1	0.00	1.00	-1.00
社会互动	16604	0.4987	0.5000	0	1	0.48	0.72	-0.24* **



续表 3.2

年龄	16604	52.2260	16.4445	18	118	52.71	46.42	6.30** *
年龄的平方	16604	2997.957	1724.979	324	13924	3049.5	2336.88	711.64***
参保行为	16604	0.7520	0.4318	0	1	0.75	0.83	-0.08**
健康程度	16604	3.5087	1.0830	1	5	3.48	3.86	-0.38**
学历	16604	5.2155	3.3207	1	13	5.03	7.48	-2.46***
家庭人口	16604	3.2062	1.7090	1	18	3.22	3.06	0.16** *
家庭收入	16604	10.4000	2.2330	0	16.1181	10.31	11.42	-1.11**
房产数量	16604	0.8976	0.7611	0	30	0.88	1.10	-0.22**
城乡	16604	0.4344	0.4957	0	1	0.41	0.67	-0.25**

注：\*表示 p<0.10;\*\*表示 p<0.05;\*\*\*表示 p<0.01。下同。

### 3.4 模型设定

(1) Probit 模型。被解释变量商业养老保险的购买属于二值变量（购买为 1，未购买为 0），因此构建 Probit 模型进行基准回归，研究社会互动对居民参与商业养老保险的影响。设定了如下模型：

$$Probit(Insurance_i = 1) = \alpha_0 + \alpha_1 * Social\_Interaction_i + \sum_{j=1}^8 \gamma_j * X_{ij} + \lambda_k + \varepsilon_i \tag{1}$$

式（1）中 Insurance<sub>i</sub> 为被解释变量：商业养老保险的购买，表示第 i 个个体是否购买商业养老保险；Social\_Interaction<sub>i</sub> 表示解释变量，表示第 i 个个体的社会互动情况；X<sub>ij</sub> 表示控制变量，表示第 i 个个体的第 j 个控制变量，包括人口特征、家庭特征、地域特征；λ<sub>k</sub> 为省份虚拟变量；ε<sub>i</sub> 为误差项。

(2) OLS 模型。

$$Y = \beta_0 + \beta_1 * Social\_Interaction_i + \sum_{j=1}^8 \delta_j X_{ij} + \lambda_k + \varepsilon_i \tag{2}$$

式（2）中 Y 为被解释变量：商业养老保险的购买，表示第 i 个个体是否购买商业

养老保险； $Social\_Interaction_i$  为解释变量，表示第  $i$  个个体的社会互动情况； $X_{ij}$  表示控制变量，表示第  $i$  个个体的第  $j$  个控制变量，包括人口特征、家庭特征、地域特征； $\lambda_k$  为省份虚拟变量； $\varepsilon_i$  为误差项。

## 4 社会互动对居民参与商业养老保险的实证分析

### 4.1 基准回归

#### 4.1.1 核心解释变量的实证结果分析

本文将商业养老保险的参与作为被解释变量，将社会互动作为解释变量，分别使用 OLS 模型和 Probit 模型估计社会互动对商业养老保险的影响。虽然在模型的选用上使用 OLS 会与线性回归的基本前提假说相违背，并且回归结果的概率也会在正常范围之外，但回归结果能给出解释变量社会互动的边际效应，以便更加直观地观察回归结果中特定变量的影响效应。

表 4.1 报告了基准回归的估计结果，模型（2）和（4）的回归结果基本一致，均表明社会互动频率的增加会促进居民对商业养老保险的购买。模型（2）用 OLS 模型回归得出，相对于社会互动频率低的居民，高频率社会互动的居民对商业养老保险的购买提升了 2% 左右。模型（4）用 Probit 模型回归也得出了相同的结果，社会互动与居民参加商业养老保险有 1% 的水平上具有显著正相关。因此，假说 H1 得到证实：社会互动促进居民参与对商业养老保险。

#### 4.1.2 控制变量的实证结果分析

如表 4.1，居民的年龄、性别、健康状况、学历教育、家庭收入和家庭房产、城乡户口都显著影响其商业养老保险的购买。如以模型(2)的 OLS 结果为参考，居民的年龄与商业养老保险的购买呈现“倒 U”型关系，即随着年龄的增加，居民参保的可能性会增加，但过了一定年龄的“门槛”后，年龄的进一步增长会降低居民商业养老保险参与，这与 Lin et al（2009）的研究结果相同。学历与商业养老保险购买有显著正相关，说明居民的受教育程度越高，对新鲜事物的掌握和理解能力更快、更好，对金融和保险知识也会了解更多，因此也会有更大的概率

参与商业养老保险。健康状况与商业养老保险的购买有显著正相关,说明若居民身体越健康,更倾向于预期自己未来会长寿,他们则需要更多的养老金作为自己以后老年生活的保障,因此便更有可能投资商业养老保险。家庭房产和收入对商业养老保险的购买具有显著正相关,是因为家庭年总收入和房产数量反映了其财富水平,财产状况越好的家庭,消费水平越高,参与商业养老保险的概率会越大。

表 4.1 社会互动影响居民参与商业养老保险的回归分析

	模型 (1)	模型 (2)	模型 (3)	模型 (4)
	OLS	OLS	Probit	Probit
社会互动		0.0191*** (0.0045)		0.1603*** (0.0350)
年龄	0.0058*** (0.0008)	0.0059*** (0.0008)	0.0589*** (0.0065)	0.0592*** (0.0065)
年龄的平方	-0.0001*** (0.0000)	-0.0001*** (0.0000)	-0.0006*** (0.0001)	-0.0006*** (0.0001)
参保行为	0.0160*** (0.0051)	0.01535*** (0.0050)	0.0887** (0.0410)	0.0811** (0.0411)
健康程度	0.0098*** (0.0020)	0.0090*** (0.0020)	0.0939*** (0.0170)	0.0877*** (0.0171)
学历	0.0082*** (0.0008)	0.0076*** (0.0008)	0.0450*** (0.0061)	0.0450*** (0.0061)
家庭人口	-0.0005 (0.0012)	-0.0004 (0.0012)	-0.0045 (0.0105)	-0.0036 (0.0105)
家庭收入	0.0039*** (0.0010)	0.0036*** (0.0010)	0.0638*** (0.0115)	0.0597*** (0.0114)
家庭房产	0.01443*** (0.0029)	0.0142*** (0.0029)	0.0655*** (0.0202)	0.0653*** (0.0202)
城乡户口	0.0216*** (0.0050)	0.0198*** (0.0050)	0.1977*** (0.0379)	0.1839*** (0.0381)
省份变量	已控制	已控制	已控制	已控制
年份变量	已控制	已控制	已控制	已控制
常数项	-0.2192*** (0.0270)	-0.2220*** (0.0270)	-4.3714*** (0.2371)	-4.3655*** (0.2367)
PseudoR <sup>2</sup>	0.0750	0.0760	0.1289	0.1312
观测值	10604	10604	10604	10604

注:\*表示  $p < 0.10$ ; \*\*表示  $p < 0.05$ ; \*\*\*表示  $p < 0.01$ ; 表中系数为回归系数,括号内为稳健标准误。下同

## 4.2 内生性问题

尽管基准回归中对于个人和家庭层面的特征做了较好的控制。然而，在进行测量时，可能会遗漏某些关键因素，例如居民的性格偏好以及区域文化氛围的影响等，这些遗漏的变量有可能导致实证结果的偏差。此外，社会互动作为一个抽象、复杂且宽泛的概念，尽管本研究尝试运用多个指标进行测量，但亦难以确保其能被完全而精确地概括。最后，社会互动和居民参与商业养老保险可能互为因果，居民购买了商业养老保险可能反过来促进社会互动。以上这些问题均可能出现内生性问题，导致测量结果不准确。

因此需要考虑借助工具变量将内生变量进行分离。参考吴玉峰等（2023）对社会互动和商业养老保险关系的内生性检验方法，对工具变量的选取根据数据库中的问题：“10年前社会等级”和“14岁时家庭的社会等级”，运用与基准回归相同的方法测量社会互动与居民参与商业养老保险的内生性。因为受访者自己之前的社会等级和家庭的社会等级作为一个历史因素，会对当前的社会互动水平产生影响，但对当前的保险决策并未产生影响，因此这两个工具变量问题符合本文内生性检验要求。

在控制省份区域变量的基础上，表 4.2 构建了 IV-Regress 和 IV-Probit 两种回归模型，检验了社会互动对居民参与商业养老保险的影响效果。表 3.4 两个模型的内生性检验结果都明确显示社会互动与工具变量在 1%显著性水平上正相关，同时，观察到一阶段 F 值显著超过 10，这足以证明社会互动具有内生性特征，因此，使用工具变量显得尤为必要。此外，也验证了不存在弱工具变量的问题，进一步增强了研究的可靠性与准确性。回归结果证明稳健可靠，社会互动仍正向促进居民参与商业养老保险。

表 4.2 内生性识别与分析

	IV-Regress	IV-Probit
社会互动	0.3623*** (0.0645)	2.7294*** (0.4736)
控制变量	已控制	已控制
省份变量	已控制	已控制

	续表 4.2	
一阶段 F 值	53.7580	101.04
内生性检验	38.3213***	40.20***
常数项	-0.2954*** (0.0360)	-4.7367*** (0.2722)
观测值	16188	16188

注:IV-Regress 的内生性检验为 Wu-Hausman 检验, IV-Probit 的内生性检验为 Wald 检验

### 4.3 稳健性检验

为了减少变量定义、估计方法选取方面对实证结果造成的影响,本文运用变更解释变量定义方式、更换回归方法对实证结果进行稳健性检验。

(1) 变更自变量定义方法。上文选取了较为具体的指标对内生互动和情景互动这两个维度进行测量,并采用主成分因子分析法综合构造了社会互动这一虚拟变量。为了避免指标选取和变量构造方法偏差,导致对实证结果的影响,本文选择了能对社会互动概括较好的指标进行稳健性检验。对社会互动测量指标来自中国综合社会调查数据库问卷问题中“过去一年中,您是否经常在您的空闲时间社交”,这一问题能较好且综合概括居民的线上、线下互动形式,也能在居民主观层面上对自己社会互动水平的综合评价。表 4.3 第(1)-(2)列对重新定义的社会互动指标采用 Probit 进行稳健性检验,模型的回归结果表明,社会互动依然促进居民的商业养老保险购买,结果稳健性较高的。

(2) 更换估计方法。本文在基准回归中已用 Probit 做了实证检验,为了检验结果的稳健可靠性,因此再次采用 Logit 模型对变量进行验证,根据表 5.3 第(3)、(4)列回归结果可知,社会互动依然对居民参与商业养老保险行为有显著影响。

表 4.3 稳健性检验

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	Probit 模型		Logit 模型	
社会互动			1.0008*** (0.0639)	0.3317*** (0.1325)
过去一年中,是否经常在您的空闲时间社交	0.0471** (0.0132)	0.0316** (0.0151)		

续表 4.3

控制变量	-	已控制	-	已控制
省份变量	-	已控制	-	已控制
常数项	-1.5540*** (0.0391)	-4.4393*** (0.2396)	-3.0791*** (0.0535)	-8.8556*** (0.5118)
PseudoR <sup>2</sup>	0.0014	0.1303	0.0299	0.33
观测值	16787	16787	16604	16604

## 4.4 社会互动对居民参与商业养老保险的机理分析

对于间接效应检验通常使用依次检验法、Sobel 法、Bootstrap 法，本文根据温忠麟和叶宝娟的做法，对中介机理的检验使用逐步检验法。但逐步检验法容易存在过拟合的情况，因此进一步采用 Bootstrap 法，并检验直接效应、间接效应以及置信区间。

### 4.4.1 基于风险态度的影响机理分析

表 4.4 为对中介机理进行检验，模型（1）模型（3）是对中介变量为风险态度时的检验结果。模型（1）直接检验了社会互动对居民风险态度的影响，结果显示，社会互动与风险态度存在显著正相关，表明居民社会互动频率越低，其风险厌恶程度越高，随着居民社会互动的增加，对风险的偏好程度也在增加；模型（3）在控制了社会互动的影响后，风险态度与商业养老保险的购买行为具有正向促进作用，说明随着居民风险偏好程度增加，居民越倾向于选择商业养老保险，假说 H2:社会互动会调节居民的风险态度，进而影响其参与商业养老保险得以验证。

### 4.4.2 基于幸福感的影响机理分析

表 4.4 为对中介机理进行检验，模型（2）模型（4）是对幸福感作为中介变量的检验结果。模型（2）直接检验了社会互动对居民主观幸福感的影响作用，结果显示，社会互动与幸福感存在显著正相关，表明社会互动的增加会提升居民的主观幸福感。而由模型（4）可知，在控制了社会互动的影响后，主观幸福感

与养老保险参保行为也存在正相关关系。假说 H3:社会互动会提升居民的幸福感和幸福感,进而促进其参与商业养老保险得到证据支持。

表 4.4 机理分析:依次检验法

	(1)	(2)	(3)	(4)
变量名称	风险态度	幸福感	参保行为	参保行为
社会互动	0.0185*** (0.0046)	0.0997*** (0.0143)	0.0191*** (0.0045)	0.0195*** (0.0048)
风险态度			0.1001*** (0.0075)	
幸福感				0.0075*** (0.0028)
控制变量	已控制	已控制	已控制	已控制
省份变量	已控制	已控制	已控制	已控制
常数项	-0.1092*** (0.0290)	2.9850*** (0.0868)	-0.2220*** (0.0270)	-0.2598*** (0.0302)
PseudoR <sup>2</sup>	0.1953	0.1141	0.0760	0.0684
观测值	16604	14567	16604	14567

表 4.5 是 Bootstrap 方式做出的回归结果, Bootstrap 检验需要关注间接效应的置信区间,由图可知间接效应的置信区间不包含 0,因此中介效应可以成立。

表 4.5 机理分析:Bootstrap 检验法

		系数	置信区间	
风险态度	间接效应	0.0032	0.0020	0.0043
	直接效应	0.0205	0.0127	0.0282
幸福感	间接效应	0.0007	0.0002	0.0120
	直接效应	0.0207	0.0113	0.0301

## 4.5 异质性分析

### 4.5.1 基于人口特征的异质性分析

根据前文文献梳理,居民的人口特征差异是影响商业养老保险参与的巨大影响因素,因此,本文从人口特征出发,探讨社会互动对商业养老保险决策影响的异质性,主要从社保参保情况、自评健康状况、养老观念三个维度的异质性进行考察。

(1) 社保参与情况。社保参与情况是否会促进还是阻碍居民参与商业养老保险,关系尚不确定。一方面,社保参与可能会减少居民的货币存量,进而降低居民商业养老保险参与意愿。另一方面,社保参与也可能提升居民的保险认知水平、增强意识,促进居民将商业养老保险纳入考虑范围。因此,本文探讨对于社会互动频率较高的居民,购买了社会基本养老保险是否会进一步购买商业养老保险,这也是本文对居民的社保参与情况做异质性分析的依据。

表 4.6 用 Probit 模型对居民是否参加社会基本养老保险的异质性做了检验,结果表明,社会互动对已经购买社会基本养老保险的居民有显著的促进作用,对未购买社会养老保险的居民的促进作用不显著。这可能是社会互动提高居民保险认知水平,提升居民保险意识,拉动社会养老保险需求的同时,也促进了居民更高层次的商业养老保险需求。

(2) 自评健康状况。一方面,由于长寿风险的存在,出于理性人假说,自评健康状况越良好的居民越愿意购买商业养老保险来规避风险;另一方面,健康状况较差的居民会倾向于医疗保健需求,对商业养老保险需求较少。因此,进一步讨论社会互动对居民参与商业养老保险的影响是否因居民健康状况不同而产生差异。

表 4.6 用 Probit 模型对居民自评健康水平的异质性做了检验,结果表明,社会互动对不同健康程度居民的保险参与均有不同程度的促进作用,但对自评健康状况较好的居民,商业养老保险促进作用提升 19.45%,对自评不健康的居民,促进作用提升 12.61%。这也印证了前人文献中关于健康状况不同会影响居民参与商业养老保险。

(3) 养老观念。由于“养儿防老”的养老观念存在,使部分居民在对自己



做养老规划时易忽略商业养老保险的养老作用，社会互动理论的主观效应能调节居民的养老观念，增进居民对商业养老保险分散风险作用的了解，以此推动居民对商业养老保险的购买，这也是本文对居民的养老观念做异质性分析的依据。本文依据许莉等（2023）研究文献，根据 CGSS 数据库问卷中“您认为有子女的老人的养老主要应该由谁负责？”选项包括：1.主要由政府负责；2.主要由子女负责；3.主要由老人自己负责；4.政府、子女、老人责任均摊。”根据受访者的回答，若其选择第 3 项或第 4 项，则将其定义为自我养老，并赋予值 1；若选择其他选项，则定义为依赖养老，并赋予值 0。

表 4.6 用 Probit 模型对居民风险态度的异质性做了检验，结果表明，社会互动对不同养老观念的居民均有不同程度的保险购买促进作用，社会互动程度每增加 1%，自我养老观念居民比依赖养老观念居民的促进作用约多 10%。这也印证了前文理论分析，社会互动理论的主观效应能调节居民的养老观念，增进居民对商业养老保险分散风险作用的了解，以此推动居民对商业养老保险的购买。

表 4.6 基于不同人口特征的异质性分析

解释变量	参保行为		健康程度		养老观念	
	已参保	未参保	健康	不健康	自我养老	依赖养老
社会互动	0.2336*** (0.0400)	0.0154 (0.0769)	0.1945*** (0.0447)	0.1261** (0.0572)	0.2194*** (0.0551)	0.1330*** (0.0460)
控制变量	已控制	已控制	已控制	已控制	已控制	已控制
省份变量	已控制	已控制	已控制	已控制	已控制	已控制
常数项	-3.7101*** (0.2813)	-5.4028*** (0.5135)	-5.3408*** (0.3627)	-3.7347*** (0.4011)	-4.7000*** (0.1557)	-4.3649*** (0.3028)
PseudoR <sup>2</sup>	0.1417	0.1045	0.1183	0.1314	0.1278	0.1227
观测值	12487	4097	9284	7293	6455	9971

#### 4.5.2 基于地域特征的异质性分析

从前文分析得出，文化对居民的社会互动参与影响巨大，文化间的差异是地

域差异主要表现之一，因此，本文从地域特征出发，探讨社会互动对居民参与商业养老保险影响的异质性，主要从城乡和南北地域两个维度的异质性进行考察。

(1) 城乡异质性。由传统社会到现代社会，城乡差距一直存在，无论是物质的还是意识的。随着现代城市化的发展，农村居民外出务工，人口流失严重，易存在农村地区社会互动较少的情况。且随着网络媒介的发展，部分农村地区网络未普及，线上型社会互动对农村居民影响还不够。因此，探析社会互动对城乡居民参与商业养老保险的影响是可行之道。

表 4.7 用 Probit 模型对城乡地域的异质性做了检验，结果表明，社会互动对城乡居民参与商业养老保险行为均有不同程度的促进作用，相较于农村居民，城市居民的保险购买促进作用更强。这可能是随着我国城镇化水平的日益提升，单位面积的城镇居民较多，社会互动也越频繁，社会互动作用对城镇居民的可达性也越强；也可能因为城镇居民和农村居民的性格差异导致，农村居民较保守，城镇居民较容易接收新知识，社会互动信任感也更强，导致社会互动对城镇居民参与商业养老保险的影响作用更强。

(2) 南北异质性。随着社会历史发展，南北地域在经济水平、地理环境、文化习俗等方面存在巨大差异，因此，探析南北差异在社会互动对居民参与商业养老保险中的影响是可行之道。按地域特征划分，主要包括城乡和南北地域的不同进行划分。南北地域以秦岭淮河为界作为划分标准。

在南北地域异质性检验方面，表 4.7 回归结果表明，社会互动对南北方居民的影响均具有不同程度的正向影响，但社会互动程度每增加 1%，南方居民比北方居民的促进作用约多 10%。这可能是南北方地理差异、历史宗族文化差异导致的信任感不同的原因导致，丁从明等（2020）的研究发现，相较于北方，南方人口居住紧密，宗族网络联系紧密，邻里亲友更倾向于协作互济，这促进了家族和同村之间建立起信任更强的互帮互助关系。因此，商业养老保险的负面影响在信任感更强的关系网络内部得到弱化，促使社会互动的综合影响效果在南方居民中更显著。也有可能是南北居民性格差异导致的原因，郭瑞娜（2022）和曲吉林等的研究分析发现，相较于北方人口豪爽耿直、固执保守、不善变通的性格，南方人口能言善辩、善于精打细算，当环境不确定时，他们通常在社会互动中以较低的成本学习的财务信息。因此南方居民在社会互动中通常精打细算，通常以最

小的成本学习商业养老保险知识，以最大的保障规避养老风险，从而促进商业养老保险的购买。

表 4.7 基于不同地域特征的异质性分析

解释变量	城乡		南北	
	乡村	城市	南方	北方
社会互动	0.1561*** (0.0526)	0.1819*** (0.0475)	0.2212*** (0.0487)	0.1213** (0.0503)
控制变量	已控制	已控制	已控制	已控制
省份变量	已控制	已控制	已控制	已控制
常数项	-5.1139*** (0.3754)	-3.8680*** (0.3321)	-4.6166*** (0.3142)	-4.3502*** (0.3258)
PseudoR2	0.1075	0.0937	0.1203	0.1327
观测值	9392	7179	8909	7695

## 5 研究结论与对策建议

### 5.1 研究结论

商业养老保险,作为一种高效的风险管理工具,在我国经济体系中扮演了“经济助推器”的关键角色,且随着社会经济的蓬勃发展,人们对风险管理的需求也在日益提升,这使得商业养老保险逐渐成为更多居民考虑的重要选项。然而,我们也应清醒地认识到,在我国老龄化问题日益严重的背景下,商业养老保险市场存在市场规模不足、居民保险认知不足等问题。因此,需要深入研究影响商业养老保险参与的影响因素。

本文使用 2018 年和 2021 年中国综合社会调查数据(CGSS),从总体效应和机理检验方面研究了社会互动对居民参与商业养老保险的影响。研究有以下发现:

第一,叠加了内生互动和情景互动的综合型社会互动能显著促进居民参与商业养老保险。随着网络媒体的广泛普及和居民社交活动的日益频繁,社会互动在提升居民商业养老保险知识方面的作用愈发显著。例如,近年来“年金险”等保险产品在线上平台的销售数量逐渐增加,网络社交媒体上对此类保险的讨论热度也持续上升,这进一步提升了线上互动对商业养老保险需求的影响。然而,尽管线上销售模式逐渐兴起,但养老保险的主要购买渠道仍依赖于代理人的线下销售,部分寿险产品的合同内容相对复杂,涉及多个不同账户,这使得居民对线下互动的形式也不可或缺。

第二,社会互动会调节居民的风险态度,从而影响居民参与商业养老保险。社会互动对居民参与商业养老保险具有显著影响外,本文引用了风险态度作为中介变量,根据实证结果发现,解释变量社会互动对中介变量风险态度具有显著的正向作用,即居民的社会互动程度越高,则越偏好风险。这一结论与前文做出的研究假说 2 表现一致,且这与栗勤和邓小艳(2021)的研究结果表现类似,即个人风险偏好者对就家庭金融市场的参与起到显著正向作用。可能的原因是,一方面,因为家庭在选择购买商业保险的过程中,不仅要考察自身对于商业养老保险的需求,还会在与其他个人或团体的交流与讨论过程中完成潜意识的信息交换,从而影响购买者的主观意识来影响人们对风险的态度。另一方面,购买者可能会

因为购买了商业保险而进行交流,在这种沟通过程中,经验或其他情绪波动会改变购买者的风险偏好,以至于进一步影响他们购买商业养老保险。

第三,社会互动会促使居民在交流感受中获得主观幸福感,从而促进居民参与商业养老保险。本文除了引进了风险态度外,还引进了幸福感作为中介变量,根据实证结果发现,解释变量社会互动对中介变量幸福感也具有显著的正向作用,即随着居民多种形式的社会互动频率增加,所获得的主观幸福感越高,越容易促进对商业养老保险的购买,这一结论与前文做出的研究假说 2 表现一致。这也符合社会互动理论所阐释的社会互动主观效应,且根据马斯洛需求层次理论和生命预期理论,也能合理解释主观幸福感的体验会让人们渴望延长生命并促使人们对未来资本的投入,以至于进一步影响居民购买商业养老保险。

第四,社会互动对于不同学历水平、年龄阶段、南北地域的人群有异质性,实证得出,社会互动的影响对初等教育水平、中老年、南方的居民有显著正向作用,对高等学历居民也有积极影响,对中等学历、青年、北方居民没有影响。

最后,从总体上来看,本文验证了前文的假说 1—假说 3,一定程度上明晰了社会互动对居民参与商业保险的影响逻辑和内部机理,个体特征、地域差异等都对商业养老保险需求产生影响,本文为经济学和社会学的交叉研究提供了更多的依据。

## 5.2 对策建议

### 5.2.1 政府层面

第一,政府部门应主动带头,积极倡导和营造互助友爱的社会互动环境,通过建设公园交流亭、知识共享互助社区、网络互助平台等丰富居民的社会互动形式。政府部门也可与保险公司合作,共同搭建免费的金融保险知识共享平台,为广大保险购买者和潜在需求者提供便捷的学习途径。并且该平台应采用精练易懂的内容,以新颖的方式普及保险知识,引导公众正确认知保险产品,转变风险态度,并在明确自身需求的基础上,理性参与保险活动。通过以上多种方式,使不同人口特征和地域特征的居民都能在互动中接触到保险产品,拓展保险深度和密度,有望推动保险市场的健康发展,提升社会保障水平。

第二，加强监管。社会互动的形式和内容不在多，而在优，若监管不到位，部分保险公司将打着社会的形式进行多种欺骗。因此，政府应制定完善的法律法规体系，引导保险从业人员提升专业素养，推动线上线下销售的专业化进程，并严厉打击保险销售中的不规范行为，以维护市场秩序。同时强化网络监管，加大对涉及保险的网络诈骗的打击力度，营造安全可靠的网络环境，确保线上保险销售平台的稳健与有序发展。从而让居民在社会互动中产生信任和体验到幸福乐趣，转变对保险产品的风险态度，进一步促进居民参与商业养老保险。

### 5.2.2 保险公司层面

第一，正如前文阐述，社会互动的效果在于人与人之间的交互式影响，保险公司应积极推动良性互动形式，提升服务能力，保障互动效果。保险公司可以加强对从业者，特别是销售人员的行为规范，积极提升保险从业团队的专业化素养，在与居民的良性互动中促进商业养老保险参与。

第二，保险公司还应积极探索线上线下等新途径互动形式。通过举办丰富多样的线下互动活动，创新场景化体验，让保险产品和服务更具吸引力。并加大保险产品营销和广告投放力度，宣传正面典型案例，打造保险品牌形象，以引发更多讨论，提升公众对保险行业的认知和认同。同时，通过多平台线上分享的方式，积极创造养老问题解决对策和商业养老保险讨论论坛，并拓展社区牛人和互联网流量大 V，发挥他们在商业养老保险知识的宣传普及中的带动作用，用真实的案例如实宣传商业养老保险对居民的正向影响，以此促进民众对养老风险和商业养老保险的了解和重视，调节居民风险态度，从而促进商业养老保险的参与。

### 5.2.3 个人层面

作为普通消费者，在参与保险活动时，应多方收集资料，加强在各种社会互动形式中学习相关知识，既可以通过向专业保险从业人员请教，也可以积极询问亲戚朋友、社区邻居，或通过浏览各类社交平台上的科普文章来共同实现。同时，我们也应追求与自身需求相匹配的产品，以确保获得满意的保险体验和保障效果。通过这样的方式，我们能够深化对保险理念的认识，加强对各类保险产品的理解，帮助自身合理优化未来养老方案。

## 参考文献

- [1] Baicker Katherine, Congdon William J et al. Health insurance coverage and take-up: lessons from behavioral economics.[J]. The Milbank quarterly, 2012, 90(1):34-107.
- [2] Bohnert A, Gatzert N. Analyzing surplus appropriation schemes in participating life insurance from the insurer's and the policyholders perspective[J]. Insurance:Mathematic and Economics, 2012, 50(1):64-78.
- [3] Cahit Guven, Indrit Hoxha. Rain or shine: Happiness and risk-taking[J]. Quarterly Review of Economics and Finance, 2015, (57):1-10.
- [4] Chang Fwu-Rang. Life Insurance, Precautionary Saving and Contingent Bequest[J]. Mathematical Social Sciences, 2011, 5(48):54-66.
- [5] Chi Hsuan Lin, Kuang Hsun Shih et al. Factors influencing the purchase of travel insurance over mobile banking[J]. International Journal of Mobile Communications, 2020, 18(2):11-18.
- [6] Diener E .Subjective Well-Being[J]. American Psychologist, 2000, 55(1):34-43.
- [7] DURLAUF S. Handbook of Regional and Urban Economics[M]. Amsterdam: North Holland, 2004:2173-2242.
- [8] Eling M, Kiesenbauer D. What policy features determine life insurance lapse? An analysis of the German market[J]. Journal of Risk and Insurance, 2014, 81(2):241-269.
- [9] Esther Duflo, Emmanuel Saez. The Role of Information and Social Interactions in Retirement Plan Decisions: Evidence from a Randomized Experiment[J]. The Quarterly Journal of Economics, 2003, 118(3):815-842.
- [10] Giesbert, L., Steiner, S., & Bendig, M. Participation in Micro Life Insurance and The Use Of Other Financial Services In GHANA[J]. Journal of Risk and Insurance, 2011, 78(1), 7-35.
- [11] Harrison Hong, Jeffrey D et al. Social Interaction and Stock-Market Participation[J]. The Journal of Finance, 2004, 59(1):137-163.
- [12] Ifcher J, Zarghamee H .Happiness and Time Preference: The Effect of Positive Affect in a Random-Assignment Experiment[J]. The American Economic Review, 2011, 101(7):3109-3129.

- [13] Jing Cai, Alain De Janvry, Elisabeth Sadoulet. Social Networks and the Decision to Insure[J]. American Economic Journal: Applied Economics, 2015, 7(2): 81-108.
- [14] Kasun P. Wijayarathna, Vinayak V. Dixit. Impact of information on risk attitudes: Implications on valuation of reliability and information[J]. Journal of Choice Modelling, 2016, (20): 16-34.
- [15] Lawless L., Drichoutis C. A., Nayga M. R. Time preferences and health behaviour: a review[J]. Agricultural and Food Economics, 2013, 1(1): 1-19.
- [16] Lawrence E. Blume, William A. Brock et al. Identification of Social Interactions Prepared for the Handbook of Social Economics, 2011, (1): 853-964.
- [17] Lee C. C., Chiu Y. B. The link between life insurance activities and economic growth: Some new evidence[J]. Journal of International Money and Finance, 2013, 32(3): 405-427.
- [18] Liang, P., Guo, S. Social interaction, internet access and stock market participation--an empirical study in china[J]. Journal of Comparative Economics, 2015, 43(4): 883-901.
- [19] Manski F. C. Economic Analysis of Social Interactions[J]. The Journal of Economic Perspectives, 2000, 14(3): 115-136.
- [20] Ranger N., Surminski S. A preliminary assessment of the impact of climate change on non-life insurance demand in the BRICS economies[J]. International Journal of Disaster Risk Reduction, 2011, 3(1): 5-28.
- [21] Smith, V. L. Optimal Insurance Coverage[J]. Journal of Political Economy, 1968(78): 533-562.
- [22] Sushil Bikhchandani, David Hirshleifer et al. A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Informational Cascades[J]. Journal of Political Economy, 1992, 100(5): 992-1026.
- [23] Yaari, M. E. Uncertain Lifetime, Life Insurance and the Theory of the Consumer[J]. The Review of Economic Studies, 1965, 32(2): 137-150.
- [24] Yakob R., Yusop Z., Radam A., et al. Solvency Determinants of conventional Life Insurers and Takaful Operators[J]. Asia-Pacific Journal of Risk and Insurance, 2012, 6(2): 213-324.



- [25] 曹国华,王楠等.认知能力、金融知识与家庭商业保险需求[J].金融论坛,2020,25(12):48-58.
- [26] 曹直,叶显等.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.
- [27] 曾泉海.“养儿防老”观念影响居民参与商业养老保险因素辨析[J].河南牧业经济学院学报,2022,35(02):50-55.
- [28] 陈其芳.农村居民购买商业养老保险意愿的影响因素分析[J].财经理论与实践,2016,37(01):59-63+109.
- [29] 陈志恒,胡桢.我国商业养老保险需求影响因素的实证研究——基于人口老龄化背景[J].税务与经济,2023(05):58-65.
- [30] 崔泽园,亢一鸣.非认知能力对家庭风险金融资产配置的影响研究——基于老龄化视角[J].经济问题,2024,(06):76-82.
- [31] 丁从明,周颖等.南稻北麦、协作与信任的经验研究[J].经济学(季刊),2018,17(02):579-608.
- [32] 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,2016,33(06):62-71.
- [33] 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.
- [34] 方航,陈前恒.社会互动效应研究进展[J].经济学动态,2020,(05):117-131.
- [35] 弗里德曼.经济学也是科学[J].金融信息参考,2005(01):29.
- [36] 郭铖.贫困农民经济地位、社会互动与幸福感:以太行山集中连片特困地区为例[J].贵州社会科学,2020,(02):153-159.
- [37] 郭瑞娜,曲吉林.民族地区公司财务违规的锚定效应:基于南北文化差异的调节作用[J].青海民族研究,2021,32(01):165-173.
- [38] 侯建明,朱可菲.中国数字经济和实体经济融合发展对居民幸福感的影响[J].西北人口,2024,(06):1-14.
- [39] 雷晓康,陈泽鹏.促进还是抑制:互联网使用对老年人主观幸福感的影响研究[J].海南大学学报(人文社会科学版),2024(03):1-11.

- [40] 李荣彬.人口外出的溢出效应研究——基于农村中老年人幸福感的实证分析[J].社会发展研究,2022,9(04):126-143+244.
- [41] 李涛,郭杰.风险态度与股票投资[J].经济研究,2009,44(02):56-67.
- [42] 李涛.社会互动、信任与股市参与[J].经济研究,2006(01):34-45.
- [43] 刘冬姣,庄朋涛.数字普惠金融与家庭商业保险购买[J].消费经济,2021,37(02):67-78.
- [44] 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.
- [45] 刘立光.精神健康能否提升老年人主观幸福感?——兼论社会互动的中介效应[J].科学·经济·社会,2021,39(04):56-68.
- [46] 刘喜华,范玉成等.新型家庭观念对商业养老保险参与的影响研究:基于 C FPS2018 调查数据的经验证据[J].西北人口,2022,43(04):118-126.
- [47] 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.
- [48] 蒲成毅,潘小军.保险消费促进经济增长的行为金融机理研究[J].经济研究,2012,47(S1):139-147.
- [49] 秦芳,王文春等.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.
- [50] 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.
- [51] 宋涛,吴玉锋等.社会互动、信任与农民购买商业养老保险的意愿[J].华中科技大学学报(社会科学版),2012,26(01):99-106.
- [52] 粟勤,邓小艳.社会互动对家庭风险金融市场参与的影响研究[J].现代经济探讨,2021(12):53-61.
- [53] 孙辉,张仁寿.社会互动影响家庭商业保险配置的传导机制及效应[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2023,40(03):72-82.
- [54] 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.
- [55] 孙陶,袁维海.农村老年居民婚姻状况对商业养老保险的吸附力研究[J].

- 乡镇经济,2007,186(08):20-26.
- [56] 唐金成,周思颖. 保险科技赋能我国第三支柱养老保险创新发展研究 [J]. 西南金融, 2023, (10): 55-68.
- [57] 完颜瑞云,锁凌燕. 保险消费决策行为分析:一个行为保险学的研究框架 [J]. 保险研究,2016,(01):15-29.
- [58] 王海萍,唐园园. 社会互动、网络信息和家庭商业保险参与[J]. 宏观经济研究,2022,283(06):93-111.
- [59] 王若诗,胡士华. 社会互动的不同渠道对农户金融市场投资行为的影响研究[J]. 经济经纬,2020,37(06):39-47.
- [60] 王秀景,王乔. 教育程度会影响家庭养老决策吗 [J]. 宏观经济研究, 2023, (12): 99-120.
- [61] 温忠麟,叶宝娟. 中介效应分析:方法和模型发展[J]. 心理科学进展,2014,22(05):731-745.
- [62] 吴玉锋,聂建亮等. 社会互动对商业养老保险购买的影响及其异质性[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版),2023,53(01):174-184.
- [63] 熊卫,于长永. 养老资源对农民养老风险的影响研究:基于新疆 13 个地州市 726 位农民调查数据的实证分析[J]. 西南民族大学学报(人文社科版),2019,40(12):31-39.
- [64] 许莉,杨光裕. 社会互动、养老观念与居民商业养老保险参与[J]. 武汉金融, 2023,(01):43-50+81.
- [65] 杨霞,张铭. 中国商业养老保险的逆向选择及内在机制[J]. 消费经济,2022, 38(04):51-61.
- [66] 于文广,乔智等. 代际转移与商业养老保险对老年收入的影响差异研究[J]. 财经理论与实践,2022,43(06):48-55.
- [67] 张欢,汪红梅. 数字素养对家庭商业保险参与的影响——来自中国家庭追踪调查(CFPS)数据的实证分析 [J]. 武汉金融, 2023, (07): 51-60.
- [68] 张明,柯占莲,李罗的,等. 社会养老保险和社会网络与风险金融资产配置 [J]. 西南大学学报(自然科学版),2022,44(09):83-98.
- [69] 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.

- [70] 赵思博,赵大伟,严文群.社会互动影响老年人金融市场参与吗?——基于CHFS2019年数据的实证分析[J].金融理论与实践,2023,(05):53-63.
- [71] 郑雄飞,黄一倬.社会公平感知对农村养老保险参与行为的影响:基于中国综合社会调查(CGSS)的实证研究[J].社会保障研究,2020,(05):3-18.
- [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] 邹静娴,曾淑桂,刘青.独生子女的商业保险购买决策——基于中国家庭追踪调查(CFPS)数据的证据 [J]. 经济理论与经济管理, 2023, 43 (08): 46-57.

## 后记

光阴消逝，岁月如梭，三年时光匆匆，感谢兰财，在这里，我遇到了良师益友、结识了一生的知己伙伴，也通过自己的努力，重新找到了那个自信且闪闪发光的自己……

盛行千里，不忘恩师。首先我要感谢我的导师王振军老师，老师用自身的实际行动和那渊博的知识体系，以及孜孜不倦的学习态度感染着我们，使我受益匪浅。同时，我也感谢和谨记导师的教诲，平时多向身边人学习，向优秀的师兄师姐学习，取长补短，学习他们对待学习的态度和方法，学习他们为人处世的艺术，我深知我的不足之处，这也时刻向我敲响了警钟！

春晖寸草，山高海深。我要感谢我的家人，特别是我的父母。感谢他们对我生活无微不至的关怀与照顾，感谢他们这么多年来对我学业的无条件支持，寒窗苦读多年，我也即将踏入社会，我深知未知的艰难，但你们永远是我坚强的后盾，是我前进的动力，我会付出最大努力来回报你们。祝我最爱的家人们平平安安，身体健康，天天开心！

人海茫茫，庆幸相识。感谢我的好朋友和知己王博琳，感谢你研究生三年的真诚相伴，陪我度过无数个开心时刻，感谢你遇到困难时帮我分析利弊、劝导我、理解和支持我，谢谢你！同时也感谢 107 的小伙伴：王瑜、熊惠、孙媛媛，你们身上都有多么独特和闪闪发光的特点值得我学习，有时候又觉得我们很像，总是那么聊得来，和你们在一起的日子是总是轻松和快乐的，你们让我研究生生活变得丰富和多彩。还要感谢张天宇，一位亦师亦友的好伙伴，一位生活的艺术家，感谢你在学习上和生活上对我的帮助和启示，让我明白热爱可抵漫长岁月。未来可期，祝我们前程似锦！

道阻且长，行则将至。最后我想感谢一下平凡而独特的自己。回首当年孤注一掷考研和读研三年的经历，让我明白越努力越幸运，在自己的轨道上一步一个脚印前行，拿到过两次奖学金、通过了初会和证从、参加比赛并拿了奖、取得了荣誉证书、发表了小论文……即使成果很少，但也没有虚度光阴。关关难过关关过，前路漫漫亦灿灿。祝愿自己一切顺利，未来可期，总有一天也要大声喊出“轻舟已过万重山”！