

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

论文题目 婚姻状态对家庭商业保险消费的影响
——基于 CHFS 的实证研究

研究生姓名: 陈君毓

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: 保险经营与管理

提交日期: 2024年5月26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： 陈思敏 签字日期： 2024.6.2

导师签名： 张宗年 签字日期： 2024.6.2

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： 陈思敏 签字日期： 2024.6.2

导师签名： 张宗年 签字日期： 2024.6.2

导师(校外)签名： _____ 签字日期： _____

**The influence of marital status on
family commercial insurance consumption:
an empirical study based on CHFS**

Candidate :Chen Junyu

Supervisor:Zhang Zongjun

摘 要

截至 2023 年末，我国原保险保费收入达 5.1 万亿，同比增长 9.1%，保险深度 4.07%，保险密度为 3630 元/人，较去年均有所提升，但与全球平均水平相比仍有较大发展空间。随着社会的不断发展，家庭婚姻状态也更加丰富多变，不同婚姻家庭具有不同的家庭经济行为偏好，为我们研究家庭商业保险消费提供了新思路。

为探究不同婚姻状态下的家庭商业保险消费情况，本文梳理了有关婚姻状态与家庭保险消费话题的研究，首先从理论上提出并分析了不同婚姻状态对家庭商业保险消费影响的可能性，并采用 2019 年中国家庭金融调查问卷（CHFS2019）中的微观数据，通过构建 probit 模型和 tobit 模型，运用 stata16 对婚姻状态与家庭商业保险消费之间可能存在的关系进行实证研究。为进一步探究不同婚姻状态家庭的保险喜好，基准回归部分将被解释变量商业保险细分为商业人寿保险和商业健康保险，分别探讨了婚姻状态对两大类保险业务的效果。为确保上述研究结果的稳健性，本文构建 CHFS2017 与 CHFS2019 的面板数据再次进行回归，结果显示稳健。同时，本文从性别、城乡、教育程度、收入水平、社会保障五个角度、两个维度对样本异质性展开探讨，并采用逐步回归法和 bootstrap 检验法对家庭资产、家庭人口规模及户主风险偏好这三个可能的中介因子进行检验。通过实证研究本文所得出的结论有：（1）已婚、离婚和丧偶会正向促进家庭商业保险消费，分险种来看，已婚和离婚会促进人寿保险和健康保险的消费。（2）性别、户口、家庭总收入、家庭总负债、人情礼支出、教育程度、身体健康状况、人口结构及社会保障情况等都是影响家庭商业保险消费的因素。（3）婚姻状态对家庭商业保险的影响在不同户主性别、城乡、教育程度、家庭收入水平和社会保障水平间均存在样本异质性，应制定差异化的保险策略。（4）家庭总资产、家庭人口、户主风险偏好是婚姻状态影响保险消费的途径，这种传递效应对已婚家庭尤其明显，这也说明不同婚姻状况的传导机制会有差异。

最后，本文针对理论及实证结论提供了以下四个方向的政策建议：一是家庭应提高风险意识。主动了解保险的作用，根据自身需求购买合适的保险产品，为家庭分散风险；二是保险公司应提供差异化家庭保险服务。商业保险公司应当准确识别不同婚姻状况家庭对人身保险产品的异质性需求，优化产品供给，拓宽业

务市场范围，提高家庭参保意愿与程度；三是政府应加大宣传力度。使家庭成员了解商业保险的种类、功能和优势，提升家庭的风险防范意识；四是推进普惠保险发展提升保险覆盖率。本文的贡献之处在于深入探讨了六种婚姻状态的商业保险消费行为，并将险种细分为人寿保险和健康保险，并采用逐步回归法与 bootstrap 进一步探究其可能存在的影响机理。

关键词：婚姻状态 家庭商业保险 保险消费 CHFS

Abstract

By the end of 2023, China's original insurance premium income reached 5.1 trillion yuan, an increase of 9.1%, the insurance depth was 4.07%, and the insurance density was 3,630 yuan/person, which was improved compared with last year, but there is still a large space for development compared with the global average level. With the continuous development of the society, the family and marriage status are more varied, and different marriages have different preferences for family economic behavior, which provides a new way for us to study family commercial insurance consumption.

In order to explore the consumption situation of family commercial insurance under different marital status, this paper combs the research on the topic of marriage status and family insurance consumption. Firstly, it proposes and analyzes the possibility of the influence of different marital status on family commercial insurance consumption theoretically, and adopts the micro-data from the 2019 China Family Finance Survey Questionnaire (CHFS2019). By constructing probit model and tobit model, stata16 software was used to conduct an empirical study on the possible relationship between marital status and family commercial insurance consumption. In order to further explore the insurance preferences of families with different marital status, the benchmark regression section subdivides the explained variable commercial

insurance into commercial life insurance and commercial health insurance, and discusses the effects of marital status on the two types of insurance businesses respectively. In order to ensure the robustness of the above research results, this paper constructs panel data of CHFS2017 and CHFS2019 for regression again, and the results show robustness. At the same time, this paper discusses sample heterogeneity from five perspectives and two dimensions: gender, urban and rural areas, education level, income level, and social security, and adopts stepwise regression method and bootstrap test method to test three possible mediating factors: household assets, household population size, and household head risk preference. Through empirical research, the conclusions of this paper are as follows: (1) marriage, divorce and widowhood will positively promote the consumption of family commercial insurance, and marriage and divorce will promote the consumption of life insurance and health insurance. (2) Gender, household registration, total household income, total household debt, gift expenditure, education level, health status, population structure and social security are all factors that affect family commercial insurance consumption. (3) The influence of marital status on family commercial insurance has sample heterogeneity among different gender of household head, urban and rural areas, education level, family income level and social security level, so differentiated insurance strategies should be

formulated. (4) Total family assets, family population and risk preference of the head of the household are the ways that marital status affects insurance consumption, and this transmission effect is especially obvious for married families, which also indicates that the transmission mechanism of different marital status will be different.

Finally, this paper provides policy recommendations in the following four directions according to the theoretical and empirical conclusions: First, families should improve their risk awareness. Take the initiative to understand the role of insurance, purchase appropriate insurance products according to their own needs, and spread the risk for the family; Second, insurance companies should provide differentiated family insurance services. Commercial insurance companies should accurately identify the heterogeneous needs of families with different marital status for life insurance products, optimize product supply, expand the scope of business market, and improve the willingness and degree of family insurance. Third, the government should strengthen publicity. Make family members understand the types, functions and advantages of commercial insurance, and enhance the family's awareness of risk prevention; Fourth, promote the development of inclusive insurance and improve insurance coverage. The contribution of this paper is to deeply explore the commercial insurance consumption behavior of six marital states, subdivide the insurance types into life insurance and

health insurance, and further explore the possible influence mechanism by using stepby-step regression method and bootstrap test.

Keywords : Marital status; Family Business Insurance; Insurance Consumption; CHFS

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的与意义	2
1.2.1 研究目的	2
1.2.2 研究意义	3
1.3 研究方法与内容	5
1.3.1 研究方法	5
1.3.2 研究内容	6
1.3.3 技术路线图	7
1.4 本文可能的创新点及不足	8
1.4.1 可能的创新点	8
1.4.2 存在的不足	8
2 文献综述	9
2.1 商业保险消费的影响因素	9
2.1.1 经济状况	9
2.1.2 人口学特征	9
2.1.3 主观态度	10
2.2 婚姻与金融资产选择	11
2.3 婚姻与保险消费	12
2.4 文献述评	13
3 相关概念、理论基础及影响机理	14
3.1 概念界定	14
3.1.1 婚姻状态	14
3.1.2 家庭商业保险	14
3.2 理论基础	15
3.2.1 家庭生命周期理论	15
3.2.2 需求层次理论	15

3.2.3 家庭棘轮效应	16
3.2.4 规模效应	16
3.3 影响机理分析	17
3.3.1 通过家庭总资产的影响机理分析	17
3.3.2 通过家庭总人口的影响机理分析	18
3.3.3 通过户主风险偏好的影响机理分析	18
4 婚姻状态对家庭商业保险消费影响的实证分析	19
4.1 数据来源与变量选取	19
4.1.1 数据说明	19
4.1.2 变量选取	19
4.1.3 变量的描述性统计	22
4.2 模型设计与实证检验	24
4.2.1 模型设计	24
4.2.2 基准回归	25
4.2.3 稳健性检验	28
4.3 异质性分析	30
4.3.1 性别的异质性分析	30
4.3.2 城乡的异质性分析	31
4.3.3 教育程度的异质性分析	32
4.3.4 收入水平的异质性分析	33
4.3.5 社会保障的异质性分析	34
5 婚姻状态对家庭商业保险消费影响机制检验	35
5.1 家庭总资产的机制检验	36
5.2 家庭总人口的机制检验	38
5.3 户主风险偏好的机制检验	40
6 研究结论与政策建议	42
6.1 研究结论	42
6.2 政策建议	43
6.2.1 家庭应提高风险管理意识	43

6.2.2 保险公司应提供差异化家庭保险服务	43
6.2.3 政府应加大保险宣传力度	44
6.2.4 推进普惠保险发展提升保险覆盖率	45
参考文献	46
后记	50

1 绪论

1.1 研究背景

“家庭经济学”这一概念最早可以追溯到公元前 387 年，古希腊哲学家、历史学家色诺芬在《经济论》一书中主张把奴隶主的家庭经济管理辟为一门专门学问。1960 年代后，越来越多的学者开始重视以家庭为单位的经济活动，家庭经济学作为经济学与社会学的交叉领域，逐渐独立为现代微观经济学的一个分支。婚姻是家庭形成的前提，不同婚姻家庭具有明显差异化的经济行为倾向，研究不同婚姻状态家庭的决策特点和消费需求有助于更高效、合理的配置社会资源，也有助于提升居民家庭幸福感。值得注意的是，随着社会的发展和教育水平的提升，当代婚恋观发生了很大的变化，越来越高的婚姻成本加重年轻人的生活负担，同时，女性经济独立能力越来越强，男女分工所带来的最大化利益效用降低……种种原因导致当下我国居民婚姻市场呈现为结婚率低、晚婚率高、离婚率高的现象。据民政部 2023 年 10 月公布的《2022 年民政事业发展统计公报》显示，2022 年我国婚姻登记 683.5 万对，比上年下降 10.6%，结婚率 4.8%，是自 2013 年 9.9% 达到顶点之后连续下滑的第 9 年。从年龄分布来看，2010 年-2022 年，20-24 岁结婚登记人数占比从 37.6% 降至 15.2%，25-29 岁从 31.9% 升至 37.24%，30-34 岁、35-39 岁、40 岁以上结婚登记人数占比分别从 11.3%、6.6%、13.9% 增至 20.72%、9.14% 和 17.7%，晚婚倾向突出。2022 年民政部门登记离婚 210.0 万对，离婚率达 2.0%，这一比率在 2000 年时只有 0.96%。家庭经济学认为降低适婚人群生活成本、增加人力资源供给，从而达到促进家庭财富提升的效果，这有助于减轻婚姻和生育压力。

截至 2023 年末，我国原保险保费收入达 5.1 万亿，同比增长 9.1%，保险深度 4.07%，保险密度为 3630 元/人，但与全球平均水平相比仍有较大发展空间。2014 年 8 月 10 日《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》提出要发挥商业保险的支柱作用，鼓励商业保险更多参与养老、医疗等领域发挥职能作用。“十四五”规划和 2035 年远景目标指出，未来应更加注重发挥商业医疗保险作用，引导商业保险机构创新完善保障内容，提高保障水平和服务能力；健全重大

疾病医疗保险和救助制度；稳步建立长期护理保险制度；发展多层次、多支柱养老保险体系。商业保险是社会保险的重要补充，为公众提供个性化风险保障，有助于提升家庭抗风险能力、维护社会和谐安定。2023年10月国家金融监管总局印发《关于促进专属商业养老保险发展有关事项的通知》，要求进一步扩大经营专属商业养老保险业务的机构范围，推动第三支柱养老保险持续规范发展。2023年中央金融工作会议中多次强调要重点防范化解风险，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章，商业保险在政府金融重点举措中将起着关键性的作用。

家庭是市场消费的重要主体，也对商业保险市场产生了重要影响。婚姻状态直接决定着家庭形态，家庭社会行为的开创者加里·贝克尔（Gary Becker）认为两个人只有在结婚的共同所得大于单身时分别所得之和的情况下才会结婚，并且不同专业的两个人组成的家庭更容易达到利益最大化效果，这就说明已婚者的经济状况通常会好于未婚者，不同婚姻状态可能会受到婚姻组合的影响，而婚姻状态的多样也让我们意识到：处于不同婚姻状态的个人及所在家庭的消费行为可能会有所差异。

1.2 研究目的与意义

1.2.1 研究目的

随着经济的发展以及社会主体对风险管理要求的不断提高，商业保险的重要性愈加突出。2020年1月，中国银行保险监督管理委员会联合十三部委发布《关于促进社会服务领域商业保险发展的意见》，明确促进社会服务领域商业保险发展，提高相关领域风险保障水平。商业保险在家庭健康、养老、财产保障等多个方面将发挥着重要作用，有助于缓解当前社会的老龄化压力、维护家庭稳定性。尽管商业保险占家庭资产比重已从2004年的7.82%上升到2018年的13%（徐敬惠，李鹏，2020），但居民整体的商业保险参与率及消费水平均不高。居民对商业保险的不充分了解，限制了商业保险在居民家庭中的风险保障及财富管理功能，阻碍了我国保险业的健康发展（魏华林和杨霞，2007）。因此，当前需要持续增

强居民预防风险的意识，提振家庭商业保险消费信心，要深入探究不同家庭的风险点和保险需求，为不同群体提供个性化保险产品和服务。

目前，家庭经济学中婚姻行为的研究主要围绕家庭决策、风险资产配置、职业选择、婚姻稳定性及夫妻双方差异。关于婚姻对商业保险的影响则说法不一，有学者提出婚姻会提升家庭风险偏好(Hersch, 1996)，从而倾向于配置更多风险性金融资产，投资金融资产对购买商业保险产生了替代效应，也就是说婚姻家庭可能会减少商业保险消费。受“养儿防老”传统思想的影响，已婚家庭将养老寄托于子女身上，也在一定程度上降低了保险养老的需求。但也有学者认为已婚反而会促进商业保险消费。已婚家庭由于提升家庭成员数量而增加了家庭风险，产生了一定的保险需求，家庭规模效应增加家庭财富积累，使已婚家庭具备一定的购买力。绝大部分的研究集中在探究金融素养、教育水平、认知能力及社会互动等微观因素对商业保险消费的影响，普遍将婚姻状态作为研究中的一个影响因素，直接探究婚姻和商业保险消费之间直接关系的比较少。同时在对婚姻状态的分类上，常见的做法是将其分为未婚和已婚，但事实上我国主流婚姻状态的划分不止这两种，本文希望能纳入更全面的婚姻状态，深入探究六种婚姻状态下家庭的保险决策行为，这样得出的研究结论更具有现实意义。

1.2.2 研究意义

(1) 理论意义

婚姻与家庭经济行为的研究多集中于探讨已婚家庭的金融资产配置倾向，对婚姻家庭保险持有情况的研究较少且不够全面，在已有研究之上，本文讨论了已婚、未婚、离婚、丧偶、同居及分居六种婚姻状态对家庭商业保险消费的影响，突破了以往文献中常见的婚姻二分类，一定程度上更全面、科学的展示了婚姻状态导致的保险消费异质行为，是对相关文献的进一步补充，具有一定理论意义。本文将家庭生命周期理论、保险需求理论、家庭消费棘轮效应、规模经济效应、需求的替代效应等理论运用进家庭经济行为的研究中，采用最新两年 CHFS 调查数据，从微观层面实证检验婚姻状态对商业保险消费的影响，并分别进行稳定性检验、异质性检验，从理论层面上对这一效应进行了机制分析，提出家庭总资产、家庭人口规模、户主风险态度这三条可能的影响路径，是对当前婚姻经济行为相

关研究的一点有力补充。同时，在当下婚姻状态日渐丰富的时候，利用较新的权威调查数据来探究六种婚姻状态对家庭商业保险消费的影响，这样的研究结论更贴合实际、更具时效性。

（2）现实意义

当前婚姻市场上结婚率低、晚婚率高、离婚率高的趋势愈加明显，婚姻市场困境的多米诺骨牌效应很快引发了生育率低、人口结构失衡以及养老压力不断增大等难题，导致这一困境的原因主要有以下五点：第一，年轻人数量下降，据统计，我国 80 后、90 后、00 后人口分别为 2.23 亿、2.1 亿、1.63 亿，呈现下降趋势；第二，适婚人群性别比例失衡，2020 年第七次全国人口普查数据显示，20-40 岁男性人口比女性多 1752 万人；第三，结婚、生育成本越来越高，高房价高彩礼成为婚姻的第一道门槛，高生育抚养消费是第二道门槛，《中国生育成本报告》显示，中国 0-17 岁孩子的平均养育成本约为 48.5 万元，在世界范围内也是排名前三的高消费水平；第四，就业压力大，越来越多大学生选择慢就业，没有稳定收入也就大大降低结婚意愿；第五，年轻人婚育观变化，可供选择的生活状态丰富，不着急步入婚姻的人越来越多。要改善我国当前婚姻市场困境需要从以上几点原因下手。

商业保险可以发挥职能解决部分非结构婚姻难题，为不同婚姻状态家庭提供个性化风险保障，但是目前家庭参与商业保险的比例并不高，也就无法施展保险功能。因此，探究婚姻状态与商业保险之间的关系，运用经济学及社会学两门学科的思维，研究以家庭为单位的商业保险消费行为，具有一定的现实意义。对于居民而言，可以利用保险的风险分散功能，为自己和家人增加一份保障，当意外来临，也依然能保证一定的生活水平；对保险公司而言，了解不同家庭需求有助于针对性设计新产品，从而更加合理的规划保险资源，避免人力物力浪费；对于社会而言，增加家庭与保险的互动，有利于更好发挥保险职能，促进家庭幸福感从而维护社会安定。

1.3 研究方法与内容

1.3.1 研究方法

(1) 文献分析法

本文建立在大量文献阅读基础之上,主要关注的话题为不同婚姻下的家庭经济行为、商业保险消费的影响因素及婚姻与商业保险消费之间可能存在的关系。通过仔细研读相关话题的研究现状及对文献的进一步梳理,我意识到婚姻和商业保险消费存在一定的联系,但是目前相关研究中存在以下几点问题:第一,大多数学者的研究重心在于以房地产、股票等高风险家庭资产配置决策上,而忽略了家庭的商业保险配置行为。第二,学者的研究往往针对某一险种,如商业养老保险、商业医疗保险等,而没有对整体商业保险消费进行全面分析。第三,鲜少有文献将婚姻状态列举全面,大多采用已婚和未婚的二分法进行讨论。这为本文提供了新的研究思路及研究空间,研读文献能高效准确的把握当前相关领域研究现状,同时为本文研究提供行文思路及理论支撑。

(2) 理论研究法

本文是基于家庭生命周期理论、需求层次理论、家庭棘轮效应、规模效应等基础理论,展开对“婚姻状态是否会影响家庭商业保险消费”及“影响路径如何实现”的可行性分析,并在理论层面上探讨分析了家庭总资产、家庭总人口和户主风险偏好三条影响机理。在理论可行的基础之上,进一步使用微观数据进行实证检验。

(3) 实证研究法

本文采用了 2019 年中国家庭金融调查(CHFS)数据,通过 Probit 和 Tobit 模型研究婚姻对家庭商业保险消费可能性及消费程度的影响,将被解释变量商业保险分别替换为商业人寿保险和商业健康保险再次进行回归,以探究不同婚姻家庭保险消费偏好。为确保结论稳健,本文构建 CHFS2017 年与 CHFS2019 面板数据进行稳健性检验,面板数据也可以解决部分因遗漏变量产生的内生性问题。

为进一步验证其可能存在的三条传导路径,本文使用中介效应模型分别检验家庭总资产、家庭人口数量及户主风险偏好的中介作用效果,为解决传统逐步回归法可能存在的问题,使用 bootstrap 检验法辅助检验不明显的中介效应。分别

探讨了户主性别、城乡、教育程度、家庭收入水平和社会保障水平五个方向的异质性。

1.3.2 研究内容

本文研究内容分为以下六个部分，具体如下：

第一章：绪论。本章主要介绍研究所处背景、目的及意义，说明主要研究方法及内容，提出本文可能存在的创新和不足之处，并将文章框架做了可视化处理。

第二章：文献综述。为了解国内外学者研究思路及研究现状，本章将文献梳理为三个主要部分：商业保险消费的影响因素、婚姻与金融资产选择、婚姻与保险消费。通过对文献的阅读及总结，本文确定了基本研究方向及研究方法。

第三章：相关概念、理论基础及影响机理。在确定写作空间后，本章对相关概念进行界定，阐述了家庭生命周期理论、需求层次理论、家庭棘轮效应、规模效应四个基本理论。简要分析家庭总资产、家庭总人口及户主风险偏好在理论层面上的影响机理。

第四章：婚姻状态对家庭商业保险消费影响的实证分析。本章主要解释说明数据来源，筛选所需变量，对变量进行描述性统计分析，并以此为基础搭建实证模型。运用 Probit 和 Tobit 模型进行基准回归、稳定性检验及户主性别、城乡、教育程度、家庭收入水平和社会保障水平五个异质性探讨。

第五章：婚姻状态对家庭商业保险消费影响的机制检验。本章主要通过中介效应模型及 bootstrap 检验，对家庭总资产、家庭总人口及户主风险态度分别进行中介效应检验。

第六章：研究结论与政策建议。总结研究结论并提出四点建议：第一，家庭应提高风险管理意识，第二，保险公司应提供差异化保险服务，第三，政府应加大保险宣传力度，第四，推进普惠保险发展提升保险覆盖率。以期能在当前婚姻市场中更加高效合理的分配保险资源、促进家庭商业保险消费规模，助力我国保险市场稳健茁壮成长。

1.3.3 技术路线图

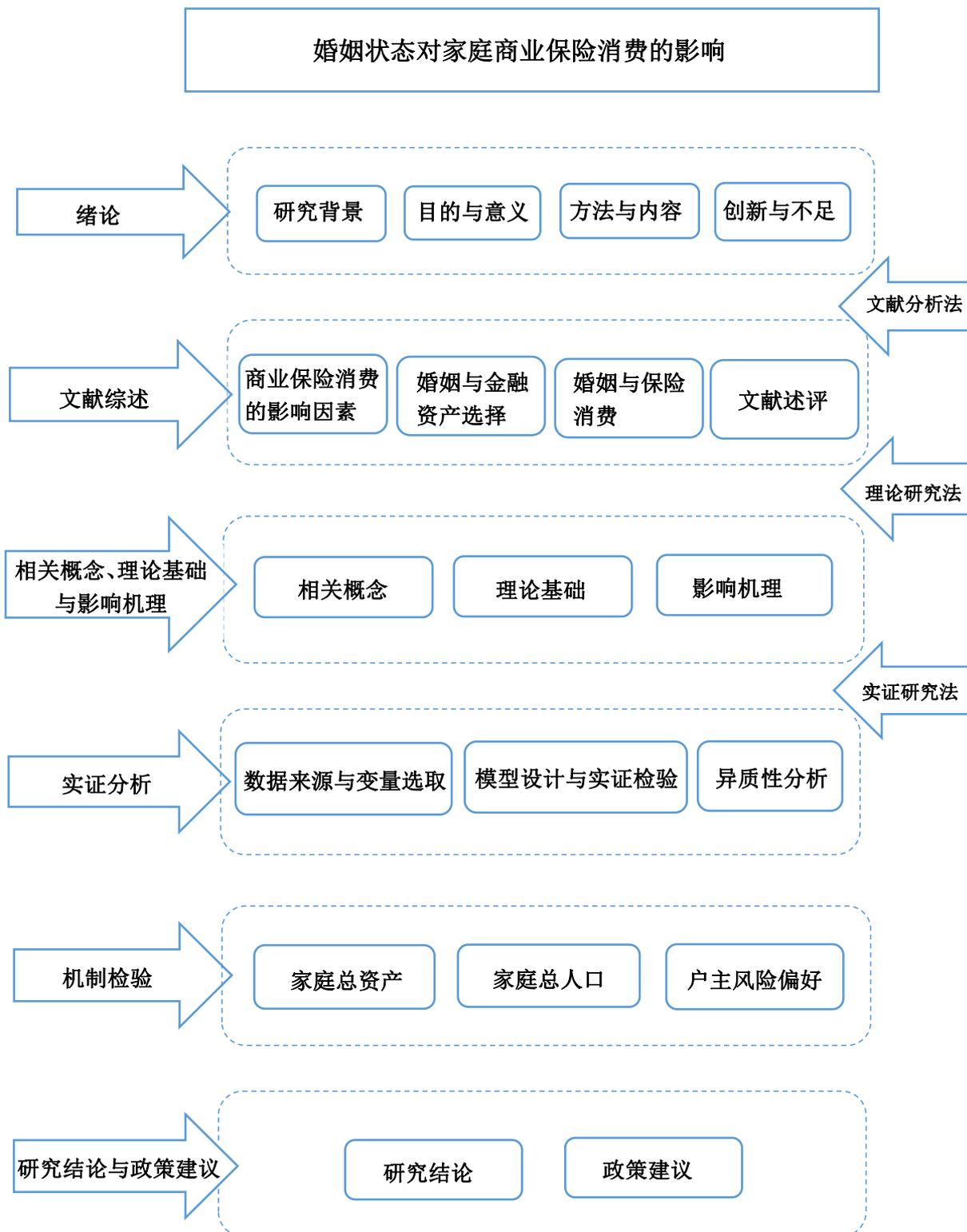


图 1.1 技术路线图

1.4 本文可能的创新点及不足

1.4.1 可能的创新点

第一，目前婚姻与家庭经济行为的研究多集中于探讨已婚家庭的金融资产配置倾向，而衡量金融资产配置的变量多围绕家庭房地产资产、股票等风险资产持有情况，保险持有常常一笔带过，研究婚姻对家庭商业保险消费影响的几乎没有，本文将二者联系在一起，深度挖掘其中关系。

第二，深入探讨了六种婚姻状态的商业保险消费行为，并将险种细分为人寿保险和健康保险，在以往文献中，学者们往往将婚姻状态分为已婚和未婚，并集中于探究单一险种的效应，本文探讨的内容更加全面。

第三，在探究婚姻影响家庭商业保险消费路径上，本文验证了不同婚姻状态通过影响家庭总资产、家庭人口数量及风险偏好三个机制对商业保险消费的影响效应，并将逐步回归法与 bootstrap 检验结合起来，一定程度上解决了经典中介效应模型在非线性回归中可能出现的错误。

1.4.2 存在的不足

第一，由于调查数据非追踪，本文使用了截面数据和非平衡面板，失去了平衡面板的优势。同时受调查问卷内容限制，无法更详细划分险种进行研究。

第二，本文主要研究的是婚姻状况对商业保险消费的影响，主要侧重的是婚姻状态如已婚、未婚等对保险需求，并没有关注“婚姻质量”这个因素，主要原因是主观婚姻状态相关指标难以量化，因此，对于婚姻质量的相关指标选取还有待研究。

第三，受个人学识局限，本文的理论部分不够丰富，同时，本文的实证部分在数据筛选、模型运用、检验手段等方面都仍有很大的提升空间，在今后仍需要加强相关学习和实践。

2 文献综述

2.1 商业保险消费的影响因素

2.1.1 经济状况

经济水平决定保险购买力。家庭收入和家庭挣钱人数会影响家庭参与保险市场（Showers and Shotick, 1994）。收入和储蓄是影响我国家庭保险消费的重要因素，风险的客观存在和保险购买力是保险消费的两大前提，收入水平较低家庭的投保率往往较低（魏华林和杨霞，2007），收入波动会显著提高家庭商业保险，增加商业保险保费支出（尹志超和严雨，2021），与其他国家相比，我国居民的家庭资产配置中保险占比较低，这是因为居民更偏好储蓄。不同财富阶层家庭参与金融市场的意愿存在显著差异（温虎，2019）：家庭资产的积累会增加寿险购买意愿，而家庭财务相对脆弱程度会抑制商业寿险和健康险消费，负债越高，家庭经济脆弱性对商业保险购买的抑制作用就越强（孙祁祥和王向楠，2013）。但对于已经配置商业保险的家庭来说，在一定程度内的负债反而会提升其持有比重，一旦负债过度，这种促进则不再有效（戴颜平，2020）。通过研究美国和日本两国家庭金融资产配置的相关数据可以发现这样一个规律：随着家庭金融资产总量的不断增加，居民倾向于减少安全资产比重，更大比例配置保险和退休金等家庭金融资产（杜微和朱涛，2010）。收入结构显著影响商业人寿保险及商业健康保险消费，其中非工资类收入占比增加将提升总收入的波动性，引发居民对未来预期悲观，从而产生保险需求（刘姚，2022）。

2.1.2 人口学特征

人口学特征决定保险消费偏好。Zietz（2003）通过梳理过去近 50 年的文献提出，影响商业人寿保险需求的人口特征因素有性别、年龄、婚姻状况、家庭规模等。Wang（1994）提出女性比男性风险厌恶，其投资行为更倾向于风险低收益小的投资组合。但有学者提出女性更偏向风险资产，与男性相比，女性家庭风险资产投资比例更大（王琮，2014），男性比女性更倾向于购买寿险（Gandolfi and

Miners, 1996)。性别结构是影响商业保险消费的重要因素。在当前老龄化背景下,人口结构呈现失衡态势,老年人的赡养压力、中年人的收入效应、青年人的抚养负担都会影响家庭在保险市场的参与程度(卢亚娟,2020)。家庭老年人口占比与人身保险需求呈负相关,就业者占比越高、家庭规模越大,人身险需求越低(樊纲治和王宏扬,2015)。年龄对健康险需求的影响呈倒 U,家庭商业健康保险消费会随着家庭老龄化水平的提高而增加,但当家庭老龄化水平严重到一定程度时,促进的影响效果则会降低,这种倒 U 效应在城镇中更加明显(袁成、张若璇和徐诗雯,2020)。少儿人口占比与人身保险需求(张冲,2013)、商业健康保险购买(唐云清,2019)均有积极影响。家庭中 14 岁及以下的少儿人口占比越高,家庭人身险消费水平则越高。

受教育程度越高的家庭,获取和处理信息的能力越强,经济实力越强,风险管理意识和家庭资产保护意识越强,家庭商业保险消费水平越高(Courbage and Roudaut, 2008),但这种效果受地区、城乡及收入差异而效果不同(付诺信,2021)。金融素养的提升有助于家庭商业保险消费,提升市场化程度及进度会加深这一效果(张洪霞,2021),高金融素养人群更倾向于持有商业健康保险和商业人寿保险,但不愿意持有商业财险。金融知识增加将弱化收入波动性所带来的心理账户效应(刘姚,2022),从而提升农民商业保险参与概率,并且这种效应不受收入水平影响(李韬、李晓旭和罗剑朝,2020)。参与基本养老保险的父母更倾向于购买商业保险,而参与基本医疗保险的父母则倾向于不购买商业保险(张雷,2020)。

2.1.3 主观态度

主观态度决定保险购买行为。消费行为的直接原因是其心理动机,保险消费会不同程度受到居民求安全心理、储蓄心理、从众心理、自私取利心理、运气侥幸心理、依赖心理以及比较选择心理的影响(谢敏和于永达,2003)。主观幸福感对消费者是否购买保险、参与深度、参与密度均具有稳定、显著的倒“U”型作用机制(张宗军和王子纯,2023),同时居民幸福感会与主观态度形成交互作用,共同影响家庭的商业保险购买行为(桑林,2019),这是因为高幸福感居民更注重生活质量,生命预期更高,社交互动热情更高,从而提升保险消费可能(曹

直等, 2020)。风险态度影响商业保险投保决策, 风险厌恶的决策者投保健康险的可能性更高(杜庆茹, 2020), 以金融负债行为和主观风险规避测度的风险态度则显著增加商业保险消费(李莹莉, 2019)。

中国是典型的关系型社会, 亲人朋友等社会关系会影响我们生活中的决定(Bian, 1997), 人们的决策会受到其社会互动程度的影响, 商业保险的购买决策当然也不例外(李丁等, 2019)。大部分学者都认为社会互动、网络信息及社会信任会促进家庭商业保险购买, 这种影响叠加了伙伴群体效应和群体示范效应(吴玉锋等, 2023), 其中线上社会互动受情景负面影响占比更高(朱卫国等, 2020), 对于人身险而言, 线上社会互动的影响效果比线下社会互动更明显(杨文贞, 2020), 网络信息作用大于社会互动(王海萍和唐园园, 2022)。社交网络在收入波动性影响商业保险需求的过程中具有明显的调节作用, 社会信任有利于促进不同群体间的信息交流合作, 提高对商业保险的期望值, 这种效果在医疗保险中效果明显(刘金华和吴静, 2019), 但何兴强认为不是社会互动影响居民购买保险, 而是社会资本推动居民购买保险。

2.2 婚姻与金融资产选择

婚姻中存在效用最大化(Gary Becker, 1973), 这是因为已婚家庭中财富更集中, 可支配收入增多, 家用品使用效率提升。已婚家庭的收入和财富水平普遍要高于未婚家庭(陈彦斌, 2008), 婚姻对个人而言更类似于一种安全资产, 根据美国家庭调查发现, 已婚者更可能做出行车不系安全带或吸烟等高风险行为(Hersch, 1996), 已婚家庭比未婚家庭更偏好风险(Riley and Chow, 1992), 婚姻提高了家庭风险承受能力, 从而倾向于持有更多风险资产(Agnew et al., 2003; Guiso and Paiella, 2004)。但同时说明, 未婚、离婚等弱保障家庭, 更加需要通过风险管理手段, 保险能够在家庭金融资产中成为其他安全资产的“替代品”(杜微和朱涛, 2010)。婚姻家庭支出并非两个人消费的简单加总, 而是通过公用房产、日用消费品等, 减少一部分支出浪费, 达到较高消费效用(高雁南, 2018; Hong and Rios-Rull, 2012)。婚姻家庭因为其不同的经济特点和风险偏好而具有不同的经济行为特征。

商业保险属于金融资产的一种，家庭参与金融市场与其生命周期有关（Fagereng 等，2017），中国投资者在风险资产选择上更加偏好投资性房地产（邢妍，2022），投资型保险在收益率上可能不及其他投资型金融产品，但是其具备“风险保障”的特殊功能，这也是保险产品的主要功能，不能一味将保险作为其他金融产品投资的替代品（魏华林和杨霞，2007）。处于不同婚姻状态的人群在金融风险投资方面也存在差异，户主已婚、同居、再婚的家庭，其偏好风险投资的程度依次减弱（田梦，2022），婚姻质量显著影响居民金融投资偏好，经济贡献满意度对已婚居民金融投资偏好产生显著的正向影响，而家务贡献满意度会降低已婚居民的金融市场参与率（廖靖琳，2017）。未婚和已婚中年龄越大，人们更加愿意持有家庭风险资产，但是在持有家庭风险资产的人们中，年龄越小，人们所持有的家庭风险资产比例越大（宋婷婷，2020）。男性相较于婚前会减少持有风险资产（Christiansen et al. 2015），婚后女性则更愿意投资风险资产和股票，女性比男性更倾向于投资风险资产（王琏和吴卫星，2014），男性更多地参与投资性房产（段军山，2016）。子女性别也会影响家庭金融资产选择，男孩家庭为买房增加家庭储蓄率、减少风险资产投资（梁斌和陈茹，2022）。夫妻年龄差距能够显著地降低家庭投资风险金融资产的可能性，且在“男大女小”模式下更显著（兰宁，2021）。

2.3 婚姻与保险消费

婚姻家庭中子女数量及性别会一定程度影响保险消费，认为受“养儿防老”思想影响，子女会对商业保险产生替代效应，子女数量的增加会降低城市父母对商业医疗保险的需求（张雷，2020）。但越来越多的学者提出，家庭中有未成年子女及子女数量增加反而会提升家庭商业保险消费，这种促进效果对人寿保险更加明显（张浩等，2023；杨文贞，2020），龙先琴认为出现这一矛盾的原因是不能仅仅考虑“养儿防老”对商业保险消费的影响，也应当考虑在当前生育率较低的大背景下，“家族传承”概念欲占上风，子女较少的家庭（特别是独生子女家庭）综合风险更高，购买保险的可能性反而提升，同时爱子心切，越来越多家庭愿意为孩子购置保险以更好地应对子女安全风险、为子女提供更好的发展。子女的性别会影响这一效果。有男孩的家庭将更多地储蓄从而提高儿子在婚姻市场上

的吸引力，这在一定程度上挤占了家庭资金（Wei and Zhang, 2011），因此拥有男孩或男孩比例增加会显著降低家庭商业保险消费（严雨，2021；尹志超等，2022）。但魏下海等（2020）提出男孩家庭比女孩家庭有着更低的风险偏好。拥有男孩或男孩比例增加将增大商业保险投资倾向，而女孩则降低家庭购买商业保险可能性，这是因为受传统思想影响，大多数父母有为男孩购置房屋的计划，因此产生通过配置保险抵御经济风险的动机（王韧等，2022）。

婚姻能显著提高家庭商业人身保险的需求，对户主为健康男性和学历较高家庭效果更显著（王晓全等，2020，2023），由于已婚家庭在增加家庭成员数量的同时增加了风险，而夫妻共同生活会积累更多财富使保险购买成为可能，同时婚姻使夫妻双方扩大交往圈，降低保险信息获取成本。家庭成员经济话语权越高越倾向于给自己配置商业保险（张明珠，2021），因为经济话语权高的家庭成员承担更多家庭责任，如果遭受意外对于整个家庭而言是难以承受的打击，对商业人寿保险的促进效果要大于商业健康保险，这可能与高经济话语者工作压力大、人寿险有较多身故赔偿金等特点有关。同时，家庭成员职业也存在一定的影响，第三产业人员更倾向于购买保险（偶磊和那静文，2022），工作越得体越容易促进子女购买商业保险。

2.4 文献述评

综上，影响家庭商业保险消费的因素主要有家庭经济特征、人口学特征以及户主主观态度；在婚姻家庭中，人口特征及夫妻双方、子女差异在不同程度上影响着家庭决策者配置家庭金融资产、购买各类商业保险。

当前家庭商业保险消费存在购买率不足、消费水平较低等问题，其背后的因素有许多，学者们意识到婚姻与商业保险消费之间存在关联，但直接研究婚姻状态与商业保险消费关系的文献并不多，而以微观角度探讨这一关系的文献更少。通过对现有文献进行总结，本文确定研究思路，以“婚姻与保险”为切入点，运用 CHFS 微观数据库，探讨六种婚姻状态对家庭商业保险消费的影响效果，进一步研究婚姻家庭险种偏好以及检验可能存在的影响机理，并提出相应建议。本文希望助力不同婚姻状态家庭正确配置商业保险从而提升家庭风险抵抗能力，同时提升我国商业保险消费水平，充分发挥保险职能，共建和谐稳定社会。

3 相关概念、理论基础及影响机理

3.1 概念界定

3.1.1 婚姻状态

婚姻状态是一国或一地区达到法定年龄的人口在婚居方面所处的状态，需要经过国家法律认证，我国婚姻状态通常分为以下四种：未婚、已婚（有配偶）、丧偶、离婚。未婚是指从未结过婚的人；已婚（有配偶）是指已婚并处于婚居状态的人，包括初婚、再婚；丧偶是指已结过婚但配偶已死亡，而本人并未再婚的人；离婚是指已通过法律手续正式解除婚姻关系但没有再婚的人。本文实证研究中所采用的中国家庭金融调查（CHFS）提供了六种婚姻状态，分别是未婚、已婚、同居、分居、离婚、丧偶，数据更加细化，更符合当前现实，因此本文中所定义的婚姻状态有六种。当前，在婚姻状态趋向多元化的背景下，我国的婚姻状态呈现初婚年龄延后、结婚率连续下降等现象，在一定程度上会对家庭经济行为造成影响。

3.1.2 家庭商业保险

区别于社会保险，商业保险是以营利为目的的保险形式，由专门的保险公司经营，消费者根据自身情况选择购买，根据保障标的的不同，商业保险通常可以分为财产保险、人寿保险和健康保险三个大类。这种保险关系是由当事人自愿缔结的合同关系，投保人根据合同约定，在约定期限内向保险公司支付保险费，当合同约定责任范围内的事情发生、或者当被保险人达到约定的年龄、期限时，保险公司将承担一定的给付保险金责任。商业保险是社会保险的有力补充，为投保人分散风险，有利于社会稳定发展，而商业保险不具有强制性，且通常价格比较高，每个家庭的需求及购买情况差异较大。

本文定义的家庭商业保险消费是指被调查家庭在过去一年内是否购买了商业保险以及实际缴纳的保费情况，对应 CHFS 调查中“有下列哪些商业保险？（包括境外购买商业保险）”、“商业人寿/健康/其他保险缴纳了多少保费？”。

3.2 理论基础

3.2.1 家庭生命周期理论

广义上的生命周期理论是指自然界与人类社会各种客观事物的阶段性变化及规律，当前已经被广泛的运用进多个领域。家庭生命周期理论是基于多个学科演变而来的，最早在 20 世纪 30 年代由希尔和汉森提出，任何家庭都存在生命周期，在不同的周期阶段，家庭有不同的需求和风险偏好，这种家庭阶段需求具有一定规律性。在家庭形成初期，家庭财富积累较少，以居住需求和日常消费需求为主，保险需求不高。如果有保险计划，一般是为家庭经济的主要承担者购买。当家庭进入成长期，随着家庭成员的增加、家庭财富的逐渐积累，家庭可能会增加保险配置。当家庭到达成熟期，此时家庭财富达到最高值，随着子女的独立，家庭压力减小，在险种选择上更偏向商业养老保险。等家庭走到衰老期时，家庭资产再度降低，风险倾向重新回到较低水平，相应会减少所有的资产配置。家庭在每个生命周期阶段有其特定的资产配置需求及购买力，不同婚姻状态会推动家庭阶段进程，也直接影响家庭人员结构及风险偏好，是影响家庭经济行为的重要因素之一。基于家庭生命周期理论，保险公司可以根据家庭所处阶段为其配置适合的保险。

3.2.2 需求层次理论

1943 年，美国心理学家亚伯拉罕马斯洛在一篇名为《人类激励理论》的论文中提出，人类需求可以分为生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求五类。第一层次生理需求，是人们最基本的需求，包括衣、食、住等，仅限于维持个体生存；第二层次安全需求，是人们在保证生存的基础上，需要免除恐惧、威胁的需求；第三层次是社交需求，此时人们需要与他人建立一定的联系，希望得到一定的归属感；第四层次尊重需求，是指人们需要被认可和尊重；当以上四层次都实现时，人们开始思考人生的意义，并产生了实现自我的需求。马斯洛需求理论说明，人们对安全的需求仅次于基本生理需求，安全需要是个体保证生命财产安全的重要心理驱动力，它也是个体生存和延续的重要条件，保险

正是一种保障人们财产、人身安全的重要手段，为了尽可能降低不确定事件所带来的风险，家庭存在一定的保险需求，不同婚姻状态的家庭具有不同的规避风险需求。同时，安全需求的满足会促进人们对社交的需求，社交通过降低信息成本等方式使人们更加了解保险，进一步促进商业保险消费。

3.2.3 家庭棘轮效应

棘轮效应，是指人的消费习惯形成之后有不可逆性，消费者易于随收入的提高增加消费，但难于随收入的降低立马减少消费，这是因为消费者具有一定的消费水平依赖心理。消费受收入水平制约，经济学家凯恩斯提出消费取决于收入水平，绝对收入水平变动必然立即引起消费水平的变化，所以凯恩斯认为消费水平是可逆的。然而在现实生活中，消费决策并非一种理想的计划，经济学家杜森贝利则提出，现实中消费决策还受到消费习惯的影响，在收入上升的时候，消费者容易倾向提升自我消费水平，然而当收入下降时，消费很难立马随之降低，特别是个人在收入最高期所达到的消费标准对消费习惯的形成有很重要的作用。那么家庭中也存在着棘轮效应，并且在不同婚姻状态家庭中效果可能会有所不同，这是由于相对于未婚家庭，已婚家庭可能会有小孩，中国大部分家庭的父母都有“委屈自己也不能委屈孩子”的思想，也就是说，已婚家庭的棘轮效应可能更加明显，保障现有消费水平成为家庭购买商业保险的动机之一。离婚、丧偶家庭会因为缺少婚姻保障而更加依赖保险为其分散风险。

3.2.4 规模效应

规模效应也叫规模经济，当企业的产量规模达到一定水平后，平均成本被摊低，由于各生产要素的有机结合产生了 $1+1>2$ 的效应，产业链的完整性、资源配置与再生效率的提高带来的企业边际效益的增加。规模经济多被运用于企业生产，用以最大化配置资源、提升企业利润率，而事实上，夫妻双方之间也存在着规模效应。两个人生活在一起通过共用房屋、家具、基础设施等降低平均支出，同时，由于两个人的社会交往汇总，其获取信息的成本降低，而两个人共同所作决策会更加科学、合理（于蓉，2006）。因此，家庭中也存在着一定的规模效应，

相对于未婚家庭，已婚、同居家庭的人数增加，财富积累更多、人均支出减少，信息获取成本降低，可支配收入就更多。

3.3 影响机理分析

通过对研究背景及现有文献的梳理，本文认为，处于不同婚姻状态的家庭具有不同的经济状况、家庭结构及风险偏好等，这些特征各异的婚姻状态在很大程度上会影响家庭经济行为，进而影响家庭商业保险消费，想要探究婚姻状态是否会影响商业保险消费及其影响途径，可以从以下三个方向进行探究。第一、家庭经济状况。家庭财富积累代表着家庭的经济状况，而经济状况决定家庭购买力；第二、家庭人口结构。家庭结构和人口规模决定保险需求方向及需求程度；第三、户主风险偏好。婚姻状态会极大影响户主的风险预期，从而影响户主的资产配置决策。本文将从以上三个方向进行理论可行性探究。

3.3.1 通过家庭总资产的影响机理分析

不同财富阶层家庭参与金融市场的意愿存在显著差异（温虎，2019），经济状况是家庭将需求转化为消费的重要因素之一，对于保险而言更是如此，在日常生活中，人们往往会在基本消费需求被满足后才选择为家庭配置商业保险，家庭经济实力越强越有可能消费商业保险，净资产会显著正向影响家庭配置商业保险（Ferber,2010）。显然，不同婚姻状态家庭的资产积累状况有明显差异。

相对未婚家庭，已婚家庭的财富水平明显增加。首先，夫妻双方的财产会合并，夫妻共同生活会产生规模效应，一定程度上比单身更节省生活成本，根据 becker 的婚姻“交易收益”理论，双方认为自己能在婚姻中获益时才会选择结婚，婚姻被认为是一种重要的资产（Waite and Gallagher,2000）；此外，已婚家庭可能更有动力为未来的家庭生活、子女教育和生活养老进行储蓄和投资。家庭购买力的提升为支付保费提供可能（王晓全和阎建军等，2020），同时，拥有较高资产的家庭可能会更加重视风险管理，保险意识更高，也更具执行力。已婚比单身家庭更加关注家庭责任和财务安全，提升了家庭保险需求。

离婚会重新分配夫妻共同财产，此时家庭总资产会减少或波动。离婚会影响一部分人的收入情况，尤其是没有工作的女性受到的影响更加显著，家庭资产的

变动可能会限制家庭购买力，但同时也会激发户主的危机意识，使家庭更有动力购买商业保险以应对潜在风险。丧偶家庭可能会涉及遗产继承从而导致家庭资产变动，进而影响家庭成员对商业保险的需求和消费能力。

3.3.2 通过家庭总人口的影响机理分析

学者普遍认为，家庭结构会影响商业保险消费，老年人口占比增加会抑制商业保险需求，少儿人口的增加则有促进效应，但这一效果会受到子女性别的影响（Wei and Zhang, 2011；严雨，2021；尹志超等，2022）；但也有学者认为，子女会对商业保险产生替代效应（张雷，2020）。从家庭整体来看，家庭规模也会影响商业保险消费，樊纲治和王宏扬（2015）认为缩小的家庭规模可以促进家庭保险消费，王晓全等（2020）认为夫妻间可以相互保护，家庭规模在已婚家庭中存在替代效应。不同婚姻状态间，最直观的变化就是家庭规模，与未婚相比，已婚、同居会提升家庭人口数量，虽然家庭人口结构的不同会影响家庭保险配置，但人口总数的增加使他们面临更多的个人风险，将为家庭带来更多购买保险的可能性。但是对于离婚、丧偶而言这种正向影响可能会被大大弱化，经济能力也将是很大的制约因素。

3.3.3 通过户主风险偏好的影响机理分析

户主风险越厌恶风险越会为家庭配置风险较低的金融资产，而越偏好风险的家庭越倾向于投资股票、房地产等高风险金融产品，根据需求的替代效应，高风险偏好家庭将降低保险消费可能。婚姻状态在很大程度上影响着投资者的风险偏好，已婚人士更有安全感，无论从夫妻双方的相互帮助，还是社会交往面增加上来看，都能一定程度上解释已婚家庭比未婚的风险承担能力更强，这可能会降低已婚者对未来风险的预期，也就降低了商业保险消费。离婚者的家庭决策将更加保守，同时也更需要保险保障，失去婚姻保障的离婚家庭将更加惧怕风险，将降低风险偏好，继而在经济可承受范围内为家庭增加商业保险保障。

4 婚姻状态对家庭商业保险消费影响的实证分析

4.1 数据来源与变量选取

4.1.1 数据说明

本文实证模型中所使用的数据来自中国家庭金融调查（CHFS2017、CHFS2019）。中国家庭金融调查（China Household Finance Survey, CHFS）是西南财经大学中国家庭金融调查与研究中心在全国范围内所进行的一项家庭层面的调查，主要收集家庭金融微观层次的相关信息，包括家庭资产与负债、收入与消费、社会保障与保险、人口结构与消费习惯等四部分内容。目前 CHFS 已经成功实施六轮调查，经过一定的经验积累及在调查范围、内容上的扩充，调查数据具有一定的可靠性及全面性。考虑到数据目前最新公开至 2019 年及本文实际需求，截面回归模型使用 2019 年的调查数据，稳定性检验时所用的固定效应模型回归使用 2017 及 2019 年面板数据，数据来自全国 29 个省份，其中，2017 年覆盖 40011 户、2019 年覆盖 34643 户。

本文在原调查数据的基础之上，剔除了缺失值及明显不符合常理的错误值，将实证所需变量中的家庭经济指标分别进行 1% 的缩尾处理，以保证结果的准确性。经过清洗和筛选，截面数据有效家庭户数为 16138 户，面板数据有效家庭户数为 44126 户。

4.1.2 变量选取

（1）被解释变量

本文的被解释变量为家庭商业保险消费情况，文中所定义的商业保险主要包括商业人寿保险、商业健康保险及其他商业保险，这是基于问卷内容设置。问卷中仅设置了以上三类商业保险的相关问答，因此在基准回归之外，本文还将被解释变量替换为商业人寿和商业健康保险进行分组回归，这样既可以检验回归的稳定性，也有助于我们了解不同婚姻家庭的风险偏好。由于问卷数据限制，本文无法做更详细全面的险种研究，但这一缺失并不影响本文的主要研究结果。

参考了大多数文献, 本文将衡量家庭商业保险消费情况的指标分为以下两个不同维度: 第一, 用“家庭中是否有成员购买了商业保险”来衡量家庭商业保险消费的可能性(购买=1, 未购买=0); 用“家庭全部成员的保费总支出取对数”这一指标来衡量家庭商业保险消费程度。

(2) 解释变量

本文的自变量为户主婚姻状态, 在 CHFS2019 问卷中, 婚姻被主要归纳为已婚(是=1, 否=0)、未婚(是=1, 否=0)、同居(是=1, 否=0)、分居(是=1, 否=0)、离婚(是=1, 否=0)和丧偶(是=1, 否=0)六种状态。CHFS2017 中婚姻状态除上述六种外, 还新增了一项再婚, 本文选择参考最新数据(2019)的婚姻分类方法, 将 2017 年中再婚家庭统一作为已婚家庭处理。为避免多重共线性, 本文以未婚为参照将婚姻状态设置为五组哑变量, 研究不同婚姻状态家庭的商业保险消费情况。

(3) 控制变量

大量文献证明, 户主特征、家庭人口结构、家庭经济状况、社会交往及主观态度等会影响商业保险消费, 本文的控制变量主要分为个体、家庭、经济三个维度。个体特征会影响家庭资产配置决策, 首先控制户主的年龄、年龄平方、性别、教育水平、自评健康状况及城乡户口。除个人差异外, 家庭特征对保险消费也具有一定的影响力度, 家庭人口结构不同会导致家庭风险保障需求不同, 从而一定程度影响商业保险消费。本文以几个公认的年龄段为界限, 控制了少儿抚养比和老年抚养比。家庭经济因素及家庭保障情况是家庭购买力的主要影响因素, 因此本文还控制了家庭总收入(对数)、家庭总负债(对数)、人情礼支出(对数)及家庭是否具备社会保障、家庭不健康人数比。最后, 为防止不同省份差异影响研究结果, 控制了省份虚拟变量。

(4) 中介变量

本文认为婚姻状态对家庭商业保险消费的影响可以通过家庭经济状况、家庭规模和家庭风险偏好三条路径进行传导, 因此选择家庭总资产(对数)、家庭人口数、户主风险态度三个变量来进行检验。

实证中所涉及相关变量及说明如表 4.1 所示:

表 4.1 相关变量定义及说明

变量类型	符号	变量名	变量含义	
被解释变量	ins	商业保险购买	购买=1；未购买=0	
	rsins	商业人寿保险购买		
	jkins	商业健康保险购买	家庭商业保险保费总支出对数	
	lnpremium	商业保险保费支出		
	lnrpremium	商业人寿保险保费支出		家庭商业人寿保险保费总支出对数
	lnjpremium	商业健康保险保费支出		家庭商业健康保险保费总支出对数
解释变量	marriage1	已婚	是=1 否=0	
	marriage2	未婚	是=1 否=0	
	marriage3	同居	是=1 否=0	
	marriage4	分居	是=1 否=0	
	marriage5	离婚	是=1 否=0	
	marriage6	丧偶	是=1 否=0	
	age	年龄	户主的年龄	
	age2	年龄的平方	户主年龄的平方项	
	gender	性别	户主性别，男性=1；女性=0	
	eduyear	教育水平	按照户主的受教育年限赋值。没上学=0；小学=6；初中=9；高中=12；中专=13；大专=15；本科=16；硕士研究生=19；博士研究生=22	
	physical	健康状况	按照户主自评健康状况赋值，非常好赋值为 1，很好赋值为 2，好赋值为 3，一般赋值为 4，不好赋值为 5	
	控制变量	rural	户籍地	农村=1；城市=0
childagerate		少儿抚养比	家庭 0-14 岁儿童占劳动力的比重，劳动力定义为 16-60 周岁的男性和 16-55 周岁的女性。	
oldagerate		老年赡养比	家庭 65 周岁以上老人占劳动力的比重	
socialins		社会保障	有社会养老/健康保险=1，没有=0	
unhealthyrate		不健康人数比	家庭不健康人数占家庭总人数的比重	
lngift		家庭礼金支出	家庭社会礼金支出总额的对数	
lnincome		家庭总收入	家庭总收入的对数	
lndebt		家庭总负债	家庭总负债的对数	
lnasset		家庭总资产	家庭总资产的对数	
中介变量		familysize	家庭人口数	家庭人口数
	risk	风险态度	户主自评风险态度，1-5 依次代表风险厌恶程度加深	

4.1.3 变量的描述性统计

表 4.2 是本文截面数据中主要变量的描述性统计结果，在删除存在缺失值的样本后，共获得 16138 个有效样本。从统计结果中可以看出，仅有 19.6% 的家庭购买了商业保险，其中 10.3% 的家庭购买了商业人寿保险，7.9% 的家庭购买了商业健康保险，说明我国家庭商业保险配置率较低，商业保险有很大的发展空间，相较于健康保险，家庭更倾向于购买人寿保险。受访样本中以已婚家庭为主，占样本总量的 89.3%，未婚、离异家庭和丧偶家庭其次，分别占比 2.4%、2.4% 和 5.3%，而同居和分居状态较少，均占比 0.3%。

受访家庭的户主平均年龄为 54.031 岁，男性多于女性，占 78.5%，风险厌恶程度较高；平均学历为本科以上，受教育程度比较高；平均自评健康状况 2.669，处于好和很好之间；农村人口少于城市人口，占比 36.1%。从受访者家庭整体来看，平均每个家庭的小孩抚养比和老人赡养比为 0.223、1.010，说明现在独生子女家庭较多，生育率处于较低水平；有社保的家庭高达 99.3%，这说明我们社保的普及率非常高，符合当前国家政策；家庭平均不健康人数占比 3.61%。

表 4.2 变量的描述性统计

变量名	观测值	均值	标准差	最小值	最大值
ins	16,138	0.196	0.397	0	1
rsins	16,138	0.103	0.305	0	1
jkins	16,138	0.079	0.270	0	1
lnpremium	16,138	1.577	3.324	0	14.91
lnrpremium	16,138	0.864	2.580	0	13.12
lnjpremium	16,138	0.626	2.242	0	14.00
marriage1	16,138	0.893	0.309	0	1
marriage2	16,138	0.024	0.152	0	1
marriage3	16,138	0.003	0.058	0	1
marriage4	16,138	0.003	0.054	0	1
marriage5	16,138	0.024	0.152	0	1
marriage6	16,138	0.053	0.224	0	1
age	16,138	54.031	12.757	18	97
age2	16,138	3,082.088	1,380.249	324	9409
gender	16,138	0.785	0.411	0	1
eduyear	16,138	16.383	5.371	0	22
physical	16,138	2.669	0.978	1	5
rural	16,138	0.223	0.412	0	1

续表 4.2 变量的描述性统计

变量名	观测值	均值	标准差	最小值	最大值
childagerate	16,138	1.010	1.518	0	6
oldagerate	16,138	0.993	0.082	0	8
socialins	16,138	0.036	0.136	0	1
unhealthyrate	16,138	0.361	0.480	0	1
lndebt	16,138	4.345	5.481	0	16.45
lnincome	16,138	10.770	1.399	-1.894	16.31
lngift	16,138	7.688	1.296	0	10.82
risk	16,138	4.480	1.174	1	6
lnasset	16,138	12.966	1.555	0	21.46
familysize	16,138	3.239	1.505	1	15

本文以“家庭是否购买商业保险”为标准，将样本分为两组分别进行描述性统计。表 4.3 显示，在购买商业保险的家庭里，有 52.7%的家庭购买了商业人寿险，40.3%购买了商业健康险。相比于未购买商业保险样本，购买商业保险样本中已婚和离婚家庭的占比更大，标准差也较小，说明已婚和离婚人群普遍更倾向于购买商业保险。从人口学特征看，购买商业保险的家庭平均受教育水平更高，身体状况较差，风险接受程度低，整体来看城市人口多于乡村人口。从家庭结构看，小孩抚养比高、老人赡养比低且人口较多的家庭更倾向于购买商业保险。从家庭经济来看，家庭收入高、资产负债多、人情支出多的家庭更愿意购买商业保险。

表 4.3 分组描述性统计

变量名称	未购买商业保险			购买商业保险		
	观测值	均值	标准差	观测值	均值	标准差
ins	12,968	0.000	0.000	3,170	1.000	0.000
rsins	12,968	0.000	0.000	3,170	0.527	0.499
jkins	12,968	0.000	0.000	3,170	0.403	0.490
lnpremium	12,968	0.000	0.000	3,170	8.028	2.109
lnrpremium	12,968	0.000	0.000	3,170	4.401	4.282
lnjpremium	12,968	0.000	0.000	3,170	3.185	4.175
marriage1	12,968	0.887	0.317	3,170	0.920	0.272
marriage2	12,968	0.024	0.154	3,170	0.021	0.143
marriage3	12,968	0.004	0.060	3,170	0.003	0.050
marriage4	12,968	0.003	0.056	3,170	0.002	0.047
marriage5	12,968	0.023	0.150	3,170	0.027	0.162
marriage6	12,968	0.059	0.236	3,170	0.027	0.163
age	12,968	55.432	12.620	3,170	48.300	11.667

age2	12,968	3,231.974	1,381.635	3,170	2,468.926	1,192.478
gender	12,968	0.793	0.405	3,170	0.753	0.431
eduyear	12,968	16.347	5.567	3,170	16.530	4.473
physical	12,968	2.726	0.988	3,170	2.438	0.900
rural	12,968	0.395	0.489	3,170	0.220	0.414
childagerate	12,968	0.205	0.417	3,170	0.294	0.381
oldagerate	12,968	1.148	1.585	3,170	0.447	1.028
socialins	12,968	0.992	0.087	3,170	0.997	0.059
unhealthyrate	12,968	0.041	0.146	3,170	0.017	0.085
indebt	12,968	3.962	5.309	3,170	5.913	5.881
lnincome	12,968	10.625	1.406	3,170	11.362	1.197
lngift	12,968	7.592	1.297	3,170	8.081	1.211
risk	12,968	4.590	1.131	3,170	4.029	1.241
lnasset	12,968	12.790	1.561	3,170	13.689	1.305
familysize	12,968	3.179	1.544	3,170	3.484	1.309

4.2 模型设计与实证检验

4.2.1 模型设计

本文使用的软件是 stata16，通过构建 Probit 和 Tobit 模型来检验婚姻状态对家庭商业保险消费的影响。首先，本文自变量中“家庭是否购买商业保险”是 0-1 变量，本文选择构建 Probit 模型来研究婚姻状态对家庭商业保险消费可能性的影响，模型如下：

$$\Pr(Y_i = 1) = \varphi(\alpha + \beta_1 \bullet marriage_i + \beta_2 Controls_i + province_i + \varepsilon_i) \quad (1)$$

其中， Y_i 表示家庭是否购买商业保险、家庭是否购买商业人寿保险、家庭是否购买商业健康保险，1 表示家庭中有商业保险的相关消费，0 表示未消费。 $marriage$ 表示不同家庭的婚姻状态，包括： $marriage1$ 是否已婚（是=1，否=0）、 $marriage3$ 是否同居（是=1，否=0）、 $marriage4$ 是否分居（是=1，否=0）、 $marriage5$ 是否离异（是=1，否=0）、 $marriage6$ 是否丧偶（是=1，否=0）。 $Controls$ 表示相关控制变量，包括户主的年龄、年龄的平方、性别、教育水平、自评健康状况、户籍地以及社会保险保障等个人特征变量，家庭总收入、总负债、家庭不健康人数占比、少儿抚养比、老人赡养比、家庭礼金支出等家庭特征变量。 $province$ 表示省份虚拟变量，误差项 $\varepsilon \sim N(0, \sigma^2)$ 。

其次，本文的另一维度自变量“家庭商业保险保费支出”是以 0 为左截断的连续数据，本文选择构建 Tobit 模型来进一步研究婚姻状态对家庭商业保险消费程度的影响，模型 1 如下：

$$Y_i^* = \alpha + \beta_1 \bullet marriage_i + \beta_2 Controls_i + province_i + \varepsilon_i$$

$$Y_i = \max(0, Y_i^*) \quad (2)$$

其中， Y_i^* 表示家庭商业保险消费水平的潜变量，是计算出来家庭最优的参保深度； Y_i 表示潜变量大于零时，可以被观察到的数据，这部分变量包括家庭商业保险保费支出的对数、家庭商业人寿保险保费支出的对数、家庭商业健康保险保费支出的对数、家庭商业保险保费支出占家庭总支出的比例、家庭商业人寿保险保费支出占家庭总支出的比例、家庭商业健康保险保费支出占家庭总支出的比例。其余变量含义不变，参照模型（1）即可。

为检验结果稳定性，本文使用中国家庭金融调查（CHFS）2017 和 2019 年的面板数据，考虑到固定个人时，婚姻状态不变的家庭将被剔除，本文选择的是随机效应回归模型；同时，面板回归也能解决基准回归中遗漏变量所导致的部分内生性问题。本文使用 Xtlogit 模型来估计婚姻状态对家庭商业保险消费可能性的影响，构建的模型 2 如下：

$$\Pr(Y_{it} = 1) = \Lambda(\alpha + \beta_1 \bullet marriage_{it} + \beta_2 Controls_{it} + province_{it} + \lambda_t + \varepsilon_{it}) \quad (3)$$

其中， λ_t 是时间固定效应，误差项 ε_{it} 服从逻辑分布，其他变量含义同模型（1）。本文选择构建 Xtobit 模型来进一步研究婚姻状态对家庭商业保险消费程度的影响，模型如下：

$$Y_{it}^* = \alpha + \beta_1 \bullet marriage_{it} + \beta_2 Controls_{it} + province_{it} + \lambda_t + \varepsilon_{it}$$

$$Y_{it} = \max(0, Y_{it}^*) \quad (4)$$

4.2.2 基准回归

表 4.4 是婚姻状态对家庭商业保险消费的基准回归结果，列（1）-（3）报告了 Probit 模型下婚姻状态对家庭购买商业保险的影响，列（4）-（6）报告了 Tobit

模型下婚姻状态对家庭商业保险消费水平的影响。本文中所涉及婚姻状态的回归结果均是以未婚为参照,这样设置既可以区分不同婚姻状态又避免了多重共线性,为方便解读,本文所报告的结果均为边际效应系数,也就是婚姻状态每变动 1%所引起的商业保险消费变动系数,括号内为相对应的稳健标准误。

首先,列(1)和列(4)的回归结果是本文主要探讨的内容,从报告中可以看出,与未婚相比,已婚、离婚和丧偶家庭均对商业保险消费有促进作用。已婚家庭在 1%显著水平下正向促进商业保险消费,边际系数为 0.0859 和 0.834,这可能是因为已婚家庭相对于未婚家庭而言,第一,收入水平、财富积累更多,经济水平决定其更具购买力;第二,社会交往更多,已婚家庭接触商业保险信息的成本更低,接触保险的机会多,更有可能购买保险;第三,已婚家庭的家庭结构更复杂,处于上有老下有小的生活阶段,家庭人口规模更大,承担的家庭责任更大,因此已婚家庭需要预防的风险更多,对保险的需求也就更多。离婚家庭、丧偶家庭分别在 1%和 10%的显著水平下正向促进商业保险消费,这可能是因为离婚家庭失去了婚姻保障,更需要依靠保险来分散家庭风险,而丧偶家庭的户主年龄一般都比较大,具备一定的经济实力,也需要为自己的生活多做打算,但这种促进效应较弱。

从人口学特征来看,男性户主家庭和农村家庭均会显著抑制商业保险消费,受教育程度、身体健康状况都会一定程度上影响家庭商业保险消费。从家庭结构来看,小孩抚养比越高,家庭越倾向于购买商业保险,这可能有两方面的原因,首先,父母爱子之心切,越来越多的父母会给自己的小孩买保险,随着家庭人口规模的增大,家庭商业保险配置越多;其次,人口增多会增加家庭负担,配置保险可以分担一部分风险。另一方面,老人赡养比反而会抑制商业保险消费,这可能与家庭经济状况有很大的关系,此时的家庭生活成本较高,极大降低其保险购买的能力。有社会保障的家庭更倾向于配置商业保险,这可能是因为这部分家庭对保险有更多的了解,从而对商业保险的接受度更高。从家庭经济角度来看,家庭总收入、总负债、人情礼支出都显著促进商业保险消费,这与我们之前所认知的一致,收入体现了家庭购买力水平,让保险需求转化为保险消费,而负债是一种风险,使家庭有保险需求,人情礼则代表家庭社会交往程度,是家庭了解保险信息的来源之一。

其次, 基于以上的回归结果, 本文想要继续探讨婚姻状态对商业保险消费的促进效应是否会因险种的不同而不同, 根据问卷所提供的数据, 本文将因变量分别替换为商业人寿保险和商业健康保险, 并分别在 Probit 和 Tobit 模型中进行回归。列 (2) - (3), 列 (5) - (6) 为商业人寿保险和商业健康保险的基准回归, 回归的结果显示, 相对于未婚, 已婚对人寿保险和健康保险同样具有正向促进效应, 边际效应分别为 0.0425 和 0.0318, 说明已婚家庭更偏向购买人寿保险; 在同居、分居家庭中这种效应仍然不显著, 这与商业保险样本结果一致; 离婚同样促进人寿保险和健康保险消费, 甚至这种促进效应要强于已婚家庭; 丧偶在分样本讨论时, 结果不再显著, 再次印证丧偶对商业保险消费的促进效应是比较弱, 并且不够稳定的。

表 4.4 婚姻状态对家庭商业保险消费的影响

	Probit 模型			Tobit 模型		
	家庭是否消费保险			家庭保险消费水平		
	商业保险 (1)	人寿保险 (2)	健康保险 (3)	商业保险 (4)	人寿保险 (5)	健康保险 (6)
marriage1	0.0859*** (0.0215)	0.0425** (0.0179)	0.0318** (0.0140)	0.834*** (0.202)	0.565** (0.242)	0.600*** (0.229)
marriage3	0.0510 (0.0584)	0.0680 (0.0433)	-0.0722 (0.0597)	0.493 (0.542)	0.856 (0.588)	-0.995 (0.947)
marriage4	0.0603 (0.0608)	0.00349 (0.0534)	0.0581 (0.0372)	0.453 (0.583)	0.0554 (0.720)	0.809 (0.637)
marriage5	0.0995*** (0.0281)	0.0554** (0.0228)	0.0395** (0.0184)	0.940*** (0.262)	0.723** (0.309)	0.703** (0.300)
marriage6	0.0496* (0.0270)	0.0180 (0.0223)	0.0255 (0.0182)	0.480* (0.253)	0.233 (0.302)	0.468 (0.297)
age	-0.000289 (0.00184)	0.00353** (0.00148)	-0.00152 (0.00128)	0.00418 (0.0171)	0.0504** (0.0201)	-0.0296 (0.0207)
age2	-2.60e-05 (1.81e-05)	-4.17e-05*** (1.45e-05)	-2.31e-06 (1.30e-05)	-0.0003* (0.00017)	-0.0006*** (0.00019)	3.06e-05 (0.000210)
gender	-0.0209*** (0.00736)	-0.00602 (0.00585)	-0.0102** (0.00493)	-0.222*** (0.0678)	-0.0969 (0.0790)	-0.162** (0.0795)
eduyear	-0.0012* (0.000600)	-0.0008 (0.000480)	-0.0013*** (0.000432)	-0.0101* (0.00561)	-0.0101 (0.00653)	-0.0205*** (0.00701)
physical	-0.0118*** (0.00342)	-0.0087*** (0.00271)	-0.0042* (0.00240)	-0.113*** (0.0318)	-0.123*** (0.0367)	-0.0644* (0.0388)
rural	-0.0561*** (0.00695)	0.0015 (0.00654)	0.0191*** (0.00535)	-0.528*** (0.0654)	0.0342 (0.0884)	0.376*** (0.0855)

childagerate	0.0277*** (0.00776)	-0.0136*** (0.00263)	-0.0161*** (0.00269)	0.283*** (0.0723)	-0.193*** (0.0358)	-0.330*** (0.0460)
oldagerate	-0.0246*** (0.00331)	0.0330 (0.0350)	0.0269 (0.0297)	-0.259*** (0.0314)	0.419 (0.473)	0.339 (0.471)
socialins_	0.0824* (0.0440)	-0.0350 (0.0250)	-0.0346 (0.0249)	0.677* (0.406)	-0.500 (0.341)	-0.446 (0.399)
unhealthyrate	-0.0381 (0.0299)	-0.0234*** (0.00556)	-0.048*** (0.00530)	-0.484* (0.285)	-0.329*** (0.0757)	-0.731*** (0.0859)
lngift	0.0231*** (0.00250)	0.0140*** (0.00200)	0.0087*** (0.00174)	0.224*** (0.0234)	0.194*** (0.0273)	0.148*** (0.0282)
lndebt	0.0035*** (0.000551)	0.0024*** (0.000436)	0.0019*** (0.000370)	0.0321*** (0.00509)	0.0331*** (0.00592)	0.0278*** (0.00595)
lnincome	0.0390*** (0.00273)	0.0248*** (0.00230)	0.0201*** (0.00201)	0.367*** (0.0258)	0.345*** (0.0314)	0.302*** (0.0322)
省份	YES	YES	YES	YES	YES	YES
样本量	16,138	16,138	16,138	16,138	16,138	16,138

注：表内报告的系数为边际效应；括号内为稳健标准误；*、**和***分别表示在 10%、5%和 1% 的水平下显著。

4. 2. 3 稳健性检验

表 4.5 是使用 Xtlogit 和 Xttobit 模型的回归报告。结果显示，相对于未婚，已婚、离婚和丧偶家庭在 1%和 5%的显著水平下仍然正向促进家庭购买商业保险，在同样显著水平下促进家庭商业保险消费水平，年龄对家庭商业保险消费呈现出倒 U 关系；在同居、分居家庭中同样不显著；而在人寿和健康保险中，已婚的促进效应则没那么明显，这也可能是在考虑了遗漏变量后，截面和面板的回归结果有一些差异。面板数据的稳定性检验说明，婚姻对家庭商业保险消费的正向促进作用是稳健的。

表 4.5 稳健性检验

	Xtlogit 模型			Xttobit 模型		
	商业保险 (1)	人寿保险 (2)	健康保险 (3)	商业保险 (4)	人寿保险 (5)	健康保险 (6)
marriage1	0.465*** (3.33)	0.154 (0.94)	0.181 (1.16)	2.136*** (3.78)	1.197 (1.42)	1.646* (1.74)
marriage3	0.132 (0.30)	0.245 (0.49)	-0.656 (-1.04)	0.806 (0.45)	1.874 (0.74)	-4.089 (-1.08)

续表 4.5 稳健性检验

	Xtlogit 模型			Xttobit 模型		
	商业保险 (1)	人寿保险 (2)	健康保险 (3)	商业保险 (4)	人寿保险 (5)	健康保险 (6)
marriage4	0.702 (1.58)	0.021 (0.04)	0.854* (1.72)	2.314 (1.26)	0.183 (0.06)	4.247 (1.37)
marriage5	0.864*** (4.65)	0.605*** (2.83)	0.393* (1.83)	3.379*** (4.50)	2.655** (2.38)	3.079** (2.39)
marriage6	0.375** (2.15)	-0.052 (-0.25)	0.234 (1.12)	1.518** (2.13)	-0.227 (-0.21)	1.979 (1.59)
age	0.051*** (4.16)	0.092*** (6.29)	0.028* (1.79)	0.211*** (4.25)	0.424*** (5.66)	0.117 (1.30)
age2	-0.001*** (-6.50)	-0.001*** (-7.23)	-0.001*** (-3.56)	-0.003*** (-6.60)	-0.005*** (-6.68)	-0.003*** (-3.06)
gender	-0.168*** (-3.18)	-0.119* (-1.94)	-0.152** (-2.46)	-0.658*** (-3.09)	-0.525* (-1.66)	-0.838** (-2.25)
eduyear	-0.007* (-1.71)	-0.007 (-1.40)	-0.016*** (-2.95)	-0.035** (-2.04)	-0.039 (-1.51)	-0.099*** (-3.08)
physical	-0.095*** (-3.98)	-0.083*** (-2.98)	-0.066** (-2.23)	-0.444*** (-4.62)	-0.496*** (-3.47)	-0.421** (-2.40)
rural	0.425*** (8.11)	0.176*** (2.75)	0.412*** (6.53)	1.990*** (9.49)	1.225*** (3.76)	2.790*** (7.49)
childagerate	-0.247*** (-10.14)	-0.176*** (-6.32)	-0.292*** (-8.18)	-1.260*** (-12.82)	-1.176*** (-8.17)	-2.038*** (-9.78)
oldagerate	-0.093 (-0.38)	-0.462* (-1.71)	0.372 (1.14)	-0.506 (-0.51)	-2.344* (-1.68)	1.620 (0.86)
socialins_	-0.098 (-0.45)	-0.165 (-0.63)	-0.823** (-2.31)	-0.507 (-0.57)	-0.985 (-0.72)	-4.074** (-2.03)
unhealthyrate	-0.624*** (-11.29)	-0.508*** (-7.89)	-0.773*** (-10.71)	-2.521*** (-11.64)	-2.547*** (-7.93)	-4.432*** (-10.77)
lngift	0.271*** (14.75)	0.241*** (11.33)	0.185*** (8.46)	1.080*** (15.23)	1.211*** (11.41)	1.067*** (8.34)
lndebt	0.027*** (6.83)	0.022*** (4.76)	0.027*** (5.91)	0.113*** (7.29)	0.131*** (5.69)	0.153*** (5.64)
lnincome	0.407*** (19.45)	0.375*** (15.10)	0.411*** (15.20)	1.593*** (20.82)	1.823*** (15.53)	2.308*** (15.41)
常数项	-8.934*** (-18.28)	-10.283*** (-17.59)	-8.862*** (-14.59)	-36.015*** (-19.40)	-51.616*** (-18.41)	-51.453*** (-14.87)
省份	YES	YES	YES	YES	YES	YES
年份	YES	YES	YES	YES	YES	YES
样本量	44126	44126	44126	44126	44126	44126

注：表内报告的系数为边际效应；括号内为稳健标准误；*、**和***分别表示在 10%、5%和 1% 的水平下显著。

4.3 异质性分析

为进一步研究婚姻状态对家庭商业保险消费影响,本文将分别从性别、城乡、教育程度、收入水平、社会保障五个角度来探讨样本可能存在的异质性。

4.3.1 性别的异质性分析

考虑到男性与女性的家庭经济决策行为有天然差异,本文按照户主的性别对样本进行划分,表 4.6 是不同性别样本的回归结果。

报告显示,相较于未婚,已婚和丧偶的男性户主在 1%水平上显著正向促进家庭商业保险购买,边际效应分别为 0.0992 和 0.0984,已婚男性户主比丧偶男性户主更倾向于配置保险,已婚女性户主则不显著;同居和分居均不显著;离婚的男女户主均在 5%显著水平下正向促进商业保险消费,男性户主边际效应为 0.0775,女性户主边际效应为 0.111,说明离婚女性户主比离婚男性户主更愿意购买商业保险,这可能是由于离婚后女性更缺乏安全感,更需要保障,在日常生活中,女性往往更依赖家庭的保护,离婚后她们非常需要将家庭的依赖转移到保险身上。婚姻状态对家庭商业保险消费水平的影响与上述结论一致,也再次印证婚姻对商业保险消费具有性别异质。

表 4.6 性别划分结果

	家庭是否消费商业保险 ins		家庭商业保险消费水平 lnpremium	
	男性	女性	男性	女性
marriage1	0.0992*** (0.0255)	0.0605 (0.0424)	0.999*** (0.244)	0.507 (0.376)
marriage3	-0.0168 (0.0828)	0.115 (0.0940)	-0.113 (0.782)	0.966 (0.824)
marriage4	0.1000 (0.0776)	-0.00373 (0.104)	0.679 (0.781)	0.0672 (0.917)
marriage5	0.0775** (0.0371)	0.111** (0.0496)	0.704** (0.356)	0.973** (0.439)
marriage6	0.0984*** (0.0358)	0.00304 (0.0493)	0.978*** (0.343)	-0.0487 (0.439)
控制变量	YES	YES	YES	YES
省份	YES	YES	YES	YES
样本量	12,671	3,467	12,671	3,467

注:表内报告的系数为边际效应;括号内为稳健标准误;*、**和***分别表示在 10%、5%和 1%

的水平下显著。

4.3.2 城乡的异质性分析

考虑到中国城乡二元结构明显，农村和城市人口对婚姻、保险的观念会有一些的差异，本文按照户主的户口对样本进行划分，分别对家庭是否消费商业保险和消费水平进行回归，表 4.7 是区分城乡样本的回归结果。

报告显示，相较于未婚，城市中的已婚、离婚、丧偶家庭对购买商业保险均具有正向促进作用，其中已婚和离婚家庭在 1%的水平下显著促进，边际效应分别为 0.108 和 0.140，离婚的促进效用大于已婚家庭。如同我们上面分析，离婚家庭保险需求会更加强烈，也具有一定的购买力，因此购买效应相较而言最明显。丧偶家庭在 10%水平下显著，边际效应为 0.0614。同时，城市中已婚、离婚、丧偶家庭对保险消费水平也具有同样显著的提升作用，边际效应分别为 0.985、1.224、0.568，但农村样本均不显著，这可能是由于农村相对缺乏保险宣传和风险分散意识，对商业保险的认识不到位，婚姻状态变动时家庭没有保险意识。同居、分居样本中均不显著。

表 4.7 城乡划分结果

	家庭是否消费商业保险 ins		家庭商业保险消费水平 lnpremium	
	农村	城市	农村	城市
marriage1	0.0151 (0.0345)	0.108*** (0.0275)	0.167 (0.392)	0.985*** (0.243)
marriage3	0.0324 (0.0811)	0.0413 (0.0777)	0.354 (0.926)	0.391 (0.675)
marriage4	0.000933 (0.0957)	0.0885 (0.0790)	0.0827 (1.086)	0.573 (0.716)
marriage5	-0.0464 (0.0528)	0.140*** (0.0353)	-0.514 (0.600)	1.224*** (0.309)
marriage6	0.00349 (0.0407)	0.0614* (0.0357)	-6.35e-05 (0.464)	0.568* (0.314)
控制变量	YES	YES	YES	YES
省份	YES	YES	YES	YES
样本量	5,823	10,315	5,823	10,315

注：表内报告的系数为边际效应；括号内为稳健标准误；*、**和***分别表示在 10%、5%和 1%的水平下显著。

4.3.3 教育程度的异质性分析

教育程度可能影响家庭对商业保险的认知水平，而消费者对保险的不了解正是制约商业保险发展的一大阻碍，另外，高教育程度家庭的经济水平、信息渠道、保险素养一般会高于低教育程度家庭，接触商业保险的概率更大，因此不同教育程度家庭可能存在异质性。本文以户主教育程度为依据，将高中及以下户主划分为文化程度较低人群，将高中以上户主划分为文化程度较高人群，表 4.8 是区分教育程度的回归结果。

可以看出，相较于未婚，无论文化程度高还是低，已婚都会促进家庭商业保险消费，但文化程度较高的已婚家庭在 1%水平显著，文化程度较低的已婚家庭在 5%水平显著，这也说明提升户主教育水平，加强居民对商业保险的认识有助于商业保险的发展；同居、分居均不显著；较低文化程度的离婚家庭比高文化程度的更愿意购买商业保险，但消费水平显著水平低，这可能是由于文化程度较低的离婚家庭缺乏其他渠道的风险分散途径，更加依赖商业保险，但是配置金额会受到消费水平限制；文化程度较高的丧偶家庭在 5%显著水平下促进购买商业保险，文化程度较低则不显著。

表 4.8 教育程度划分结果

	家庭是否消费商业保险 ins		家庭商业保险消费水平 lnpremium	
	文化程度较高	文化程度较低	文化程度较高	文化程度较低
marriage1	0.0783*** (0.0232)	0.141** (0.0591)	0.770*** (0.217)	1.298** (0.556)
marriage3	-0.00326 (0.0697)	0.201 (0.116)	0.0150 (0.646)	1.825 (1.076)
marriage4	0.0768 (0.0693)	0.0332 (0.132)	0.565 (0.667)	0.348 (1.239)
marriage5	0.0805*** (0.0311)	0.183*** (0.0699)	0.768*** (0.289)	1.641** (0.651)
marriage6	0.0663** (0.0299)	0.0484 (0.0674)	0.662** (0.281)	0.377 (0.632)
控制变量	YES	YES	YES	YES
省份	YES	YES	YES	YES
样本量	12,769	3,369	12,769	3,369

注：表内报告的系数为边际效应；括号内为稳健标准误；*、**和***分别表示在 10%、5%和 1%的水平下显著。

4.3.4 收入水平的异质性分析

购买力是消费的决定性要素，商业保险并非家庭不可缺少的必需品，因此家庭收入水平对保险消费的影响比普通必需品更大，经济实力较差的家庭往往购买商业保险的意愿比较低。本文将家庭收入大于等于中位数 (≥ 10.77) 的样本定义为收入较高，将小于中位数 (< 10.77) 的样本定义为收入较低，表 4.9 报告了不同收入水平的回归结果。

报告显示，相对于未婚，无论收入高低，已婚都会促进家庭商业保险消费，尤其在高收入已婚家庭中，这一效应更加显著。这与收入效应理论一致，价格变化会影响消费需求，在商品价格不变的情况下，收入水平高意味着购买力高，普遍提升了家庭商业保险消费水平；同居、分居均不显著；离婚家庭的商业保险消费收入水平异质性更加明显，较高收入家庭在 1% 的显著水平下促进商业保险消费，较低收入则没有显著效应，离婚家庭虽然非常需要保险保障，但此时面临更多不确定性，任何经济行为将更加谨慎，收入状况将决定其是否为家庭配置商业保险及配置水平；丧偶的这一效应受到收入水平影响的显著性较低。

表 4.9 收入水平划分结果

	家庭是否消费商业保险 ins		家庭商业保险消费水平 lnpremium	
	收入较高	收入较低	收入较高	收入较低
marriage1	0.0942*** (0.0314)	0.0546** (0.0264)	0.876*** (0.267)	0.647* (0.331)
marriage3	0.0365 (0.0882)	0.0543 (0.0654)	0.435 (0.735)	0.571 (0.834)
marriage4	0.0802 (0.107)	0.0400 (0.0588)	0.261 (0.961)	0.549 (0.733)
marriage5	0.146*** (0.0421)	0.0426 (0.0333)	1.227*** (0.354)	0.542 (0.414)
marriage6	0.0681 (0.0416)	0.0247 (0.0311)	0.708** (0.352)	0.220 (0.391)
控制变量	YES	YES	YES	YES
省份	YES	YES	YES	YES
样本量	9,451	6,687	9,451	6,687

注：表内报告的系数为边际效应；括号内为稳健标准误；*、**和***分别表示在 10%、5%和 1% 的水平下显著。

4.3.5 社会保障的异质性分析

从家庭已有保障角度关注婚姻状态对家庭商业保险消费的异质影响，本文将样本划分为有社会保障和没有社会保障，此处有社会保障是指家庭中只要有家庭成员拥有社会养老保险或社会健康保险就算该家庭有一定的社会保障基础，否则为家庭没有社会保障，表 4.10 报告了不同社会保障水平的回归结果。

可以看出，相较于未婚，拥有社会保障的已婚、离婚、丧偶家庭均正向影响家庭商业保险消费，其中已婚和离婚的显著水平要明显高于丧偶家庭，有社会保障的家庭往往能快速接触社会信息，同时也对保险有了一定的亲身体验，相对没有社会保障的家庭更了解保险，因此会倾向于消费商业保险；同居、分居结果不显著。

表 4.10 社会保障程度划分结果

	家庭是否消费商业保险 ins		家庭商业保险消费水平 lnpremium	
	有社会保障	无社会保障	有社会保障	无社会保障
marriage1	0.0888*** (0.0220)	0.241 (0.364)	0.857*** (0.206)	8.478 (11.31)
marriage3	0.0483 (0.0615)	-0.175 (0.373)	0.463 (0.571)	4.227 (10.02)
marriage4	0.0635 (0.0612)		0.481 (0.587)	49.41 (431,628)
marriage5	0.102*** (0.0286)	0.0666 (0.442)	0.964*** (0.266)	5.074 (12.47)
marriage6	0.0528* (0.0274)		0.507** (0.257)	167.0 (51,923)
控制变量	YES	YES	YES	YES
省份	YES	YES	YES	YES
样本量	9,451	6,687	9,451	6,687

注：表内报告的系数为边际效应；括号内为稳健标准误；*、**和***分别表示在 10%、5%和 1%的水平下显著。

5 婚姻状态对家庭商业保险消费影响机制检验

上文通过构建 Probit 和 Tobit 模型模拟了婚姻状态对家庭商业保险消费的影响，并发现已婚、离婚和丧偶对家庭商业保险消费是有明显促进作用，我们需要进一步讨论婚姻状态是如何影响家庭商业保险消费。通过文献研读及理论推理，本文认为婚姻状态对家庭商业保险消费的影响路径可能有三条：一、家庭经济状况，二、家庭人口规模，三、户主风险偏好，下文将从这三个方向展开传导机制检验。

本文选择最经典的逐步检验回归系数法（Baron & Kenny, 1986；Judd & Kenny, 1981；温忠麟等，2004）来检验主要研究对象的中介效应，构建的中介效应模型及关系图如下：

$$Y_i = \alpha_0 + \alpha_1 marriage + \alpha_2 controls + \mu_{i1} \tag{5}$$

$$M_i = \beta_0 + \beta_1 marriage + \beta_2 controls + \mu_{i2} \tag{6}$$

$$Y_i = \gamma_0 + \gamma_1 marriage + \gamma_2 M_i + \gamma_3 controls + \mu_{i3} \tag{7}$$

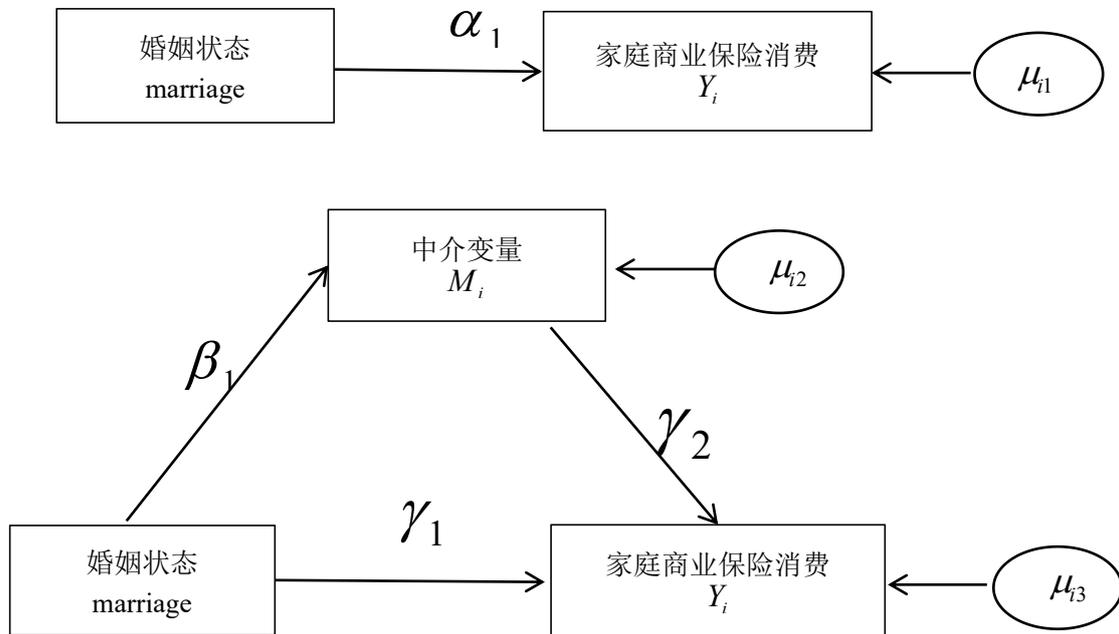


图 5.1 中介效应关系图

其中， Y_i 表示家庭商业保险消费的两个解释维度：是否购买和消费水平， $marriage$ 代表本文自变量五种婚姻状态， $controls$ 包含基准回归中的全部控制变

量, M_i 代表中介变量家庭总资产(对数)、家庭总人口、户主风险态度, μ_i 为随机扰动项。逐步检验回归系数法需要分为三步, 第一步, 检验自变量婚姻状态对因变量家庭商业保险消费的影响, 即模型(5), 系数 α_1 表示总效应; 第二步, 检验自变量婚姻状态分别对三个中介变量的影响, 即模型(6), 系数 β_1 表示自变量对中介变量的效应; 第三步, 控制中介变量后, 检验自变量婚姻状态与因变量家庭商业保险消费的关系, 即模型(7), 系数 γ_1 表示直接效应, $\beta_1 * \gamma_2$ 表示间接效应。若直接效应不显著, 间接效应显著, 则存在完全中介效应, 中介效应占总效应的 $\beta_1 * \gamma_2 / \alpha_1$; 若直接效应和间接效应均显著, 需进一步观察直接效应与中介效应的方向是否一致, 若 γ_1 与 $\beta_1 * \gamma_2$ 同号, 则为部分中介效应, 中介效应占比 $\beta_1 * \gamma_2 / \alpha_1$, 若 γ_1 与 $\beta_1 * \gamma_2$ 异号, 则存在遮掩效应, 中介效应占比 $\beta_1 * \gamma_2 / \gamma_1$ 。

逐步检验回归系数法是实证中常用的中介效应检验方法, 但经过不断研究及实践, 学者们发现这种方法的检验力比较弱 (Fritz & MacKinnon, 2007; Hay, 2009; MacKinnon et al., 2002), 也就是说, 不强的中介效应很容易被该模型忽略, 在结果中无法显示出来; 另外, 当直接效应与间接效应作用相反时, 可能会产生遮掩效应, 导致在第一步总回归时结果就不显著, 考虑到本文同居、分居样本对家庭商业保险消费的基准回归不显著可能是存在遮掩效应, 因此在逐步检验回归系数法后, 本文将中介效应不显著的婚姻状态用 Bootstrap 再次检验 (Preacher, Rucker, & Hayes, 2007; Preacher & Hayes, 2008; 方杰, 张敏强, 2012; 温忠麟, 刘红云, 侯杰泰, 2012), 结果将更具稳健性。

5.1 家庭总资产的机制检验

本文认为, 家庭经济状况体现家庭购买力, 是影响不同婚姻家庭配置商业保险的主要机制之一, 本文采用家庭总资产取对数来衡量家庭财富积累情况, 表 5.1 是家庭总资产的中介效应检验结果。第一步, 检验方程(3)的系数 α_1 , 表中第(1)列是婚姻状态对家庭是否消费商业保险的基准回归结果, 这部分在上文中我们已经得出结论: 已婚、离婚和丧偶会促进家庭购买商业保险; 第二步,

检验方程（4）的系数 β_2 ，表中列（3）是婚姻状态对家庭总资产对数的回归结果，从报告中可以看出，已婚、同居、离婚和丧偶均会提升家庭总资产；第三步，检验方程（5）的系数 γ_1 和 γ_2 ，列（4）是加入中介变量之后的回归结果。

报告显示，已婚对家庭消费商业保险的总效应是 0.0859，直接效应是 0.0734，间接效应是 0.441×0.0368 ，均在 1% 的水平上显著为正，存在部分中介效应，中介效应在总效应中占比 18.89%，相比未婚家庭，已婚家庭的财富积累明显增加，从而促进商业保险的消费。同居和分居家庭在第一步基准回归就不显著，可能存在遮掩效应，本文进一步采用 bootstrap 对中介效应进行检验，同居样本的中介效应置信区间在 $-0.0075605 \sim 0.017144$ ，分居样本在 $-0.0279114 \sim 0.0023972$ ，故得出结论：不存在中介效应且结果稳健，同居家庭同样具有规模效应，财富积累也会多于未婚家庭，但可能由于并未建立起家庭责任感、婚姻状态不稳定等，同居并不会明显促进商业保险消费，而分居相对于未婚的经济状况没有明显规律，保险消费行为同同居家庭。离婚对家庭消费商业保险的总效应是 0.0995，直接效应是 0.0938，间接效应 0.225×0.0368 ，部分中介效应占比 8.32%，离婚仍比未婚家庭更具经济实力，离婚家庭需要保险为其分担风险。丧偶对家庭消费商业保险的总效应是 0.0496，控制中介变量后丧偶家庭不显著，间接效应 0.171×0.0368 ，存在完全中介效应，占比 12.69%。

根据以上分析，本文得出结论，已婚、离婚和丧偶家庭会显著促进家庭购买商业保险，家庭资产积累会促进这一效应，因此提升家庭经济实力有助于家庭配置商业保险。在第（2）列和（5）列中，本文用相同的方法检验了婚姻状态对家庭商业保险消费水平的影响机制，结论一致。

表 5.1 家庭总资产的中介效应检验

变量	Step1		Step2	Step3	
	(1)ins Probit	(2)lnpremium Tobit	(3) lnasset Tobit	(4)ins Probit	(5)lnpremium Tobit
lnasset				0.0368*** (0.00267)	0.355*** (0.0254)
marriage1	0.0859*** (0.0215)	0.834*** (0.202)	0.441*** (0.0676)	0.0734*** (0.0214)	0.710*** (0.200)
marriage3	0.0510 (0.0584)	0.493 (0.542)	0.528*** (0.174)	0.0358 (0.0579)	0.347 (0.536)

marriage4	0.0603 (0.0608)	0.453 (0.583)	0.0632 (0.186)	0.0573 (0.0608)	0.418 (0.582)
marriage5	0.0995*** (0.0281)	0.940*** (0.262)	0.225** (0.0905)	0.0938*** (0.0279)	0.879*** (0.259)
marriage6	0.0496* (0.0270)	0.480* (0.253)	0.171** (0.0813)	0.0432 (0.0269)	0.414* (0.251)
age	-0.000289 (0.00184)	0.00418 (0.0171)	0.0451*** (0.00573)	-0.00208 (0.00182)	-0.0140 (0.0169)
age2	-2.60e-05 (1.81e-05)	-0.000294* (0.000168)	-0.000395*** (5.42e-05)	-1.03e-05 (1.79e-05)	-0.000133 (0.000166)
gender	-0.0209*** (0.00736)	-0.222*** (0.0678)	-0.0238 (0.0245)	-0.0188** (0.00731)	-0.202*** (0.0671)
eduyear	-0.00117* (0.000600)	-0.0101* (0.00561)	0.00401** (0.00181)	-0.00109* (0.000601)	-0.00914 (0.00560)
physical	-0.0118*** (0.00342)	-0.113*** (0.0318)	-0.154*** (0.0109)	-0.00686** (0.00341)	-0.0670** (0.0316)
childagerate	0.0277*** (0.00776)	0.283*** (0.0723)	-0.0147 (0.0247)	0.0290*** (0.00773)	0.296*** (0.0718)
oldagerate	-0.0246*** (0.00331)	-0.259*** (0.0314)	-0.0656*** (0.00931)	-0.0233*** (0.00328)	-0.247*** (0.0310)
socialins_	0.0824* (0.0440)	0.677* (0.406)	0.735*** (0.117)	0.0580 (0.0443)	0.455 (0.407)
unhealthyrate	-0.0381 (0.0299)	-0.484* (0.285)	-0.451*** (0.0759)	-0.0193 (0.0297)	-0.291 (0.282)
rural	-0.0561*** (0.00695)	-0.528*** (0.0654)	-0.665*** (0.0214)	-0.0328*** (0.00711)	-0.303*** (0.0664)
lngift	0.0231*** (0.00250)	0.224*** (0.0234)	0.161*** (0.00790)	0.0177*** (0.00250)	0.171*** (0.0233)
lndebt	0.00347*** (0.000551)	0.0321*** (0.00509)	0.0342*** (0.00187)	0.00212*** (0.000554)	0.0188*** (0.00510)
lnincome	0.0390*** (0.00273)	0.367*** (0.0258)	0.292*** (0.00766)	0.0260*** (0.00278)	0.241*** (0.0259)
省份	YES	YES	YES	YES	YES
样本量	15,084	15,137	15,332	15,084	15,137

注：表内报告的系数为边际效应；括号内为稳健标准误；*、**和***分别表示在 10%、5%和 1%的水平下显著。

5.2 家庭总人口的机制检验

无风险，不保险，正是因为存在风险标的才产生了保险需求，本文认为婚姻状态会通过影响家庭总人口从而影响商业保险消费，本文以家庭编码为依据计算出家庭总人口，并将其作为中介变量，表 5.2 是家庭总人口中介效应检验结果。

从第（3）列可以看出，已婚、同居、离婚和丧偶家庭不同程度影响家庭人口总数，但在第三步检验中列（4）列（5）显示中介变量不显著，本文用 bootstrap 对中介效应进行二次检验，结果显示家庭人口总数在已婚家庭对商业保险消费的影响中是存在间接效应的，已婚促进家庭商业保险消费的总效应为 0.0859，直接效应为 0.0882，间接效应为 -0.00182×1.304 ，遮掩效应占比 2.69%，这是因为小家庭的风险主体较少，婚姻的风险保护作用使得购买保险变得不必要。对于大家庭来说，家庭成员数量和收入的增加为抵御某些类型的风险提供了保护；家庭人口总数在同居、分居、离婚及丧偶家庭中则不存在中介效应。

表 5.2 家庭总人口的中介效应检验

变量	Step1		Step2	Step3	
	(1)ins Probit	(2)lnpremium Tobit	(3) familysize OLS	(4)ins Probit	(5)lnpremium Tobit
familysize				-0.00182 (0.00259)	-0.00151 (0.0241)
marriage1	0.0859*** (0.0215)	0.834*** (0.202)	1.304*** (0.0635)	0.0882*** (0.0218)	0.835*** (0.204)
marriage3	0.0510 (0.0584)	0.493 (0.542)	0.963*** (0.163)	0.0526 (0.0585)	0.495 (0.543)
marriage4	0.0603 (0.0608)	0.453 (0.583)	0.214 (0.175)	0.0605 (0.0608)	0.453 (0.583)
marriage5	0.0995*** (0.0281)	0.940*** (0.262)	0.163* (0.0850)	0.0996*** (0.0281)	0.940*** (0.262)
marriage6	0.0496* (0.0270)	0.480* (0.253)	0.363*** (0.0764)	0.0504* (0.0270)	0.481* (0.253)
age	-0.000289 (0.00184)	0.00418 (0.0171)	0.00591 (0.00538)	-0.000268 (0.00184)	0.00420 (0.0171)
age2	-2.60e-05 (1.81e-05)	-0.000294* (0.000168)	8.81e-05* (5.09e-05)	-2.59e-05 (1.81e-05)	-0.000294* (0.000168)
gender	-0.0209*** (0.00736)	-0.222*** (0.0678)	0.194*** (0.0230)	-0.0205*** (0.00738)	-0.222*** (0.0680)
eduyear	-0.00117* (0.000600)	-0.0101* (0.00561)	0.00849*** (0.00170)	-0.00115* (0.000600)	-0.0101* (0.00561)
physical	-0.0118*** (0.00342)	-0.113*** (0.0318)	0.0415*** (0.0102)	-0.0118*** (0.00342)	-0.113*** (0.0318)
childagerate	0.0277*** (0.00776)	0.283*** (0.0723)	1.534*** (0.0232)	0.0306*** (0.00875)	0.286*** (0.0817)
oldagerate	-0.0246*** (0.00331)	-0.259*** (0.0314)	-0.321*** (0.00875)	-0.0251*** (0.00340)	-0.260*** (0.0322)
socialins_	0.0824* (0.0331)	0.677* (0.0314)	0.162 (0.00875)	0.0827* (0.00340)	0.677* (0.0322)

	(0.0440)	(0.406)	(0.110)	(0.0440)	(0.406)
unhealthyrate	-0.0381	-0.484*	-0.0782	-0.0379	-0.484*
	(0.0299)	(0.285)	(0.0713)	(0.0299)	(0.285)
rural	-0.0561***	-0.528***	0.287***	-0.0555***	-0.527***
	(0.00695)	(0.0654)	(0.0201)	(0.00701)	(0.0660)
lngift	0.0231***	0.224***	-0.0464***	0.0230***	0.224***
	(0.00250)	(0.0234)	(0.00743)	(0.00250)	(0.0235)
lndebt	0.00347***	0.0321***	0.0162***	0.00350***	0.0321***
	(0.000551)	(0.00509)	(0.00176)	(0.000552)	(0.00510)
lnincome	0.0390***	0.367***	0.193***	0.0394***	0.367***
	(0.00273)	(0.0258)	(0.00720)	(0.00279)	(0.0263)
省份	YES	YES	YES	YES	YES
样本量	16,138	16,138	16,138	16,138	16,138

注：表内报告的系数为边际效应；括号内为稳健标准误；*、**和***分别表示在 10%、5%和 1% 的水平下显著。

5.3 户主风险偏好的机制检验

婚姻被看作是一种安全资产（Hersch, 1996），婚姻状态会影响户主风险偏好，从而影响家庭资产配置。本文将问卷中受访者关于“如果您有一笔资金用于投资，您最愿意选择投资哪种投资项目”的回答赋值为 1-5，数字越大表示户主的风险厌恶程度越高，表 5.3 是户主风险偏好的中介效应检验结果。

对已婚家庭来讲，列（3）和列（4）显示其直接效应和间接效应均显著，因此户主风险偏好起部分中介效应，也就是说已婚家庭会提高户主风险偏好，从而一定程度抑制商业保险消费，已婚促进家庭购买商业保险的直接效应为 0.0903，通过风险偏好作用的间接效应为-0.0278*0.110，遮掩效应占比 3.39%；同居、分居家庭对商业保险消费没有影响，风险偏好也不存在中介效应，用 bootstrap 检验结果依然稳健；离婚家庭抑制户主风险偏好，并促使家庭购买商业保险，离婚促进家庭购买商业保险的总效应为 0.0995，直接效应为 0.0947，通过风险偏好作用的间接效应为-0.0278*(-0.165)，中介效应在总效应中占比为 4.61%；丧偶促进家庭商业保险消费，但间接效应并不显著，经过 bootstrap 检验结果一致，也就是说户主风险偏好并不参与丧偶家庭对保险消费的影响过程。

总的来说，在本文基准回归中户主风险偏好对已婚家庭存在遮掩效应，对离婚家庭起部分中介效应，对同居、分居、丧偶家庭没有中介效应。

表 5.3 户主风险偏好的中介效应检验

变量	Step1		Step2	Step3	
	(1)ins Probit	(2)lnpremium Tobit	(3) risk OLS	(4)ins Probit	(5)lnpremium Tobit
risk				-0.0278*** (0.00250)	-0.264*** (0.0234)
marriage1	0.0859*** (0.0215)	0.834*** (0.202)	0.110* (0.0618)	0.0903*** (0.0215)	0.873*** (0.201)
marriage3	0.0510 (0.0584)	0.493 (0.542)	0.0523 (0.159)	0.0483 (0.0586)	0.462 (0.543)
marriage4	0.0603 (0.0608)	0.453 (0.583)	0.284* (0.170)	0.0704 (0.0606)	0.532 (0.582)
marriage5	0.0995*** (0.0281)	0.940*** (0.262)	-0.165** (0.0828)	0.0947*** (0.0280)	0.887*** (0.261)
marriage6	0.0496* (0.0270)	0.480* (0.253)	0.121 (0.0744)	0.0538** (0.0269)	0.517** (0.252)
age	-0.000289 (0.00184)	0.00418 (0.0171)	0.0480*** (0.00524)	0.000942 (0.00184)	0.0158 (0.0170)
age2	-2.60e-05 (1.81e-05)	-0.000294* (0.000168)	-0.000317*** (4.96e-05)	-3.36e-05* (1.80e-05)	-0.000366** (0.000167)
gender	-0.0209*** (0.00736)	-0.222*** (0.0678)	-0.0701*** (0.0224)	-0.0230*** (0.00732)	-0.242*** (0.0674)
eduyear	-0.00117* (0.000600)	-0.0101* (0.00561)	0.00455*** (0.00166)	-0.000952 (0.000599)	-0.00786 (0.00559)
physical	-0.0118*** (0.00342)	-0.113*** (0.0318)	0.0444*** (0.00998)	-0.0107*** (0.00341)	-0.102*** (0.0316)
childagerate	0.0277*** (0.00776)	0.283*** (0.0723)	0.0126 (0.0226)	0.0280*** (0.00772)	0.285*** (0.0719)
oldagerate	-0.0246*** (0.00331)	-0.259*** (0.0314)	0.0495*** (0.00852)	-0.0229*** (0.00329)	-0.244*** (0.0312)
socialins_	0.0824* (0.0440)	0.677* (0.406)	0.0848 (0.107)	0.0847* (0.0439)	0.700* (0.405)
unhealthyrate	-0.0381 (0.0299)	-0.484* (0.285)	0.117* (0.0694)	-0.0328 (0.0297)	-0.438 (0.283)
rural	-0.0561*** (0.00695)	-0.528*** (0.0654)	0.210*** (0.0196)	-0.0494*** (0.00694)	-0.463*** (0.0652)
lngift	0.0231*** (0.00250)	0.224*** (0.0234)	-0.0700*** (0.00723)	0.0209*** (0.00249)	0.203*** (0.0233)
lndebt	0.00347*** (0.000551)	0.0321*** (0.00509)	-0.0127*** (0.00171)	0.00305*** (0.000549)	0.0281*** (0.00507)
lnincome	0.0390*** (0.00273)	0.367*** (0.0258)	-0.0803*** (0.00701)	0.0359*** (0.00272)	0.337*** (0.0256)
省份	YES	YES	YES	YES	YES
样本量	16,138	16,138	16,138	16,138	16,138

6 研究结论与政策建议

6.1 研究结论

本文首先在理论层面探究了婚姻状态对商业保险消费的影响可能及影响机理，提出婚姻状态可能从家庭总资产、家庭总人口及户主风险偏好三条途径影响家庭商业保险消费，并且不同的婚姻状态效应可能并不相同。为验证以上假设，本文利用西南财经大学的中国家庭金融调查问卷（CHFS）进行实证检验，最终得到结论如下：

第一，利用 CHFS2019 年的数据进行基准回归显示，已婚、离婚和丧偶会正向促进家庭商业保险消费，这可能是相对于未婚家庭而言，已婚家庭经济实力强、社会交往多、家庭结构更复杂，从而提升了商业保险有效需求，离婚和丧偶家庭因为失去了婚姻的保障，存在依靠保险分散家庭风险的需求，但丧偶家庭的这种促进效应相对较弱。分险种来看，已婚和离婚会促进人寿保险和健康保险的消费，已婚家庭更偏向购买人寿保险。为确保结果的稳健性，本文纳入了 2017 年的数据，与 2019 年构成随机面板数据再次回归，结果显示稳健。

第二，基准回归显示男性户主家庭和农村家庭均会显著抑制商业保险消费，家庭总收入、总负债、人情礼支出都显著促进商业保险消费，受教育程度、身体健康状况都会一定程度影响商业保险消费。小孩抚养比越高，家庭越倾向于购买商业保险，老人赡养比反而会抑制商业保险消费，有社会保障的家庭更倾向于配置商业保险。

第三，异质性结果显示，性别、城乡、教育程度、收入水平以及社会保障五个角度均具有样本异质性。相较于未婚，已婚和丧偶的男性户主显著正向促进家庭商业保险购买，女性户主则不显著。离婚女性户主比离婚男性户主更愿意购买商业保险，这可能是因为离婚后女性更缺乏安全感，更需要保障。城市中的已婚、离婚、丧偶家庭对购买商业保险均具有正向促进作用，效应强度从大到小依次是离婚、已婚、丧偶，在农村则不显著，这可能与农村对保险认识不到位，缺乏保险意识有关。高学历已婚家庭促进效应更显著，低学历离婚家庭促进效应更强。高学历丧偶家庭显著促进，低学历丧偶家庭则不显著。高收入已婚、离婚家庭和拥有社会保障的已婚、离婚、丧偶家庭效应更显著。

第四，本文采用逐步回归法和 Bootstrap 法对三个影响机制进行检验，检验发现家庭总资产、家庭人口、户主风险偏好是婚姻状态影响保险消费的途径，对已婚家庭尤其明显。

6.2 政策建议

6.2.1 家庭应提高风险管理意识

不同婚姻状态家庭应提高风险管理意识，正确认知自己所处环境可能存在的风险，能够主动寻求风险管理的方法，充分了解保险产品及个人保险需求。保险是一种常见的风险转移工具，可以帮助家庭应对意外、疾病等风险，在出现事业、疾病、养老等方面的困境时，能充分调配社会保障资源来降低家庭的负担，为家庭雪中送炭。商业保险以更高的保障、更加个性化的方式，为不同家庭保驾护航，可以满足不同人群的个性化风险保障需求，家庭应通过合理配置商业保险来提高抵御风险的能力。家庭应正确认识保险，主动了解适合自己的保险产品，提高保险素养和金融产品的分辨能力，学会借助专业人士的能力，正确选择适合自己的保险产品和缴费方式。在金融资产配置过程中，家庭应充分了解投资风险与收益的关系，对自己的资产水平和抗风险能力有清晰的认识，做到科学合理配置资产，分散投资风险，这有助于家庭在面临市场波动时，保持投资组合的稳定。不同婚姻家庭要及时更新自我风险意识，特别是同居、分居群体，应充分认识自身面临的风险，加强风险预警，提高社会交往能力，积极了解保险相关信息，借助保险力量。

6.2.2 保险公司应提供差异化家庭保险服务

不同婚姻家庭的家庭结构、经济水平及风险偏好都有所差异，所对应的保险偏好也有所差异，单一的保险产品难以同时满足不同消费者的需求，不仅会造成资源的浪费，也不利于保险业务的拓展，不能真正解决不同婚姻家庭的痛点，将保险效用大打折扣。不同婚姻家庭有较为明显的经济行为及产品偏好，保险公司应当根据不同家庭的特点及需求，开发定制化的保险产品。提供差异化服务有助

于满足不同家庭在保险保障方面的个性化需求,有助于帮助家庭分散风险,更好分配保险资源。同时多元化的产品需求也有助于推动保险产品的创新,使产品不断优化升级,通过针对不同家庭的风险特征和需求,提供相应的保险产品,可以有效降低保险市场的准入门槛,吸引更多家庭购买保险,有助于增强客户黏性。通过为客户提供一站式、全方位的保险解决方案,使客户在保险需求发生变化时,更倾向于继续选择同一保险公司,从而提高客户的忠诚度,不仅能提高保险产品的销售量,也有助于拓展相关业务。差异化家庭保险服务有助于提高保险覆盖率,使更多家庭享受到保险保障。不同婚姻状况的家庭风险抵抗能力不同,面临的风险也存在差异,商业保险公司应当准确识别不同婚姻状况家庭对人身保险产品的异质性需求,优化产品供给,拓宽业务市场范围,提高家庭参保意愿与程度。

6.2.3 加大保险宣传力度

政府应继续加大商业保险的宣传和推广力度,特别是在农村、偏远等资源薄弱的地区。要着重解决城乡之间数字鸿沟可能造成的信息弱势,针对不同地区的保险宣传方式及力度要有所差异,要充分考虑到居民的文化水平、地区经济发展水平等现实因素,杜绝形式主义。提高农村保险机构覆盖率,增加农村保险从业人员数量,提供政策和资源上的帮助,不断提升居民金融素养、保险素养,使家庭成员真正了解商业保险的种类、功能和优势。可以借鉴湖北恩施普惠保险布局策略,恩施地处山区,为解决恩施居民的保险需求,中邮保险湖北分公司协同湖北省邮政分公司、邮储银行湖北省分行打造了100个金融消费者教育基地,常态化开展惠民健康检查和金融知识宣教等特色活动,帮助客户了解金融知识,树立正确的保险配置理念。鼓励家庭制定长期财务规划,包括养老、教育、医疗、购房等各方面的支出。家庭成员应掌握各种金融工具,如保险、储蓄、投资等,合理配置资产,以提高财务安全和抗风险能力。同时,政府、行业及社会各界应重视金融教育,提高家庭成员的金融素养。实施金融知识普及计划,开展针对不同年龄段、收入水平和家庭结构的人群的金融教育和培训,使他们了解金融市场、投资工具和风险管理的基本知识。

6.2.4 推进普惠保险发展提升保险覆盖率

2023 年，保险业全面推进普惠金融高质量发展，建设农业保险高质量服务体系，发挥普惠型人身保险保障民生作用，支持保险服务多样化养老需求，保险业进一步发挥经济“减震器”和社会“稳定器”功能，普惠保险体系不断完善，成为发展普惠金融的重要一环。目前针对新就业形态就业人员职业伤害保障、老年人、残疾人等特定人群的普惠保险产品已经在试点区域开始试行，接下来，保险公司应当不断优化、丰富相关普惠产品，设计并推行适合不同婚姻状态的差异化保险服务，从产品普惠、服务普惠为发力点，继续推进普惠保险发展。提高企业年金覆盖率，发挥好养老保险“三大支柱”——基本养老保险、企业年金和职业年金、个人储蓄性养老保险和商业养老保险的作用，加快推动个人养老金、商业养老金等新业务落地扩容。政府应加大对保险公司创新产品和服务的支持力度，为保险公司畅通相关数据库，引导加大培育培养新型保险人才力度。增加保险机构数量，加强对保险从业人员的培训，加大保险服务可获得性，不断提升城乡保险覆盖率，同时要加强社会保障制度、监管体系建设，严厉打击不规范保险行为，提振居民保险信心。

参考文献

- [1] Annamaria Lusardi,Olivia S.Mitchell,Vilsa Curto.Financial Literacy among the Young[J].Journal of Consumer Affairs,2010,44(2).
- [2] Becker G S.A theory of marriage:Part I[J].Journal of Political economy,1973, 81(4):813-846.
- [3] Bertocchi,G.,M.Brunetti and C.Torricelli.Marriage and Other Risky Assets:A Portfolio Approach[J].Journal of Banking and Finance,2011,35,2902—2915.
- [4] Blow,L. and M. Browning .Marriage and Consumption[J].Center for Applied Microeconometrics,University of Copenhagen,2009—07.
- [5] Browning M,Chiappori P A,Weiss Y.Economics of the family[J].Cambridge University Press,2013.
- [6] Christiansen,C.,J.Joensen and J.Rangvid.Understanding the Effects of Marriage and Divorce on Financial Investments:The Role of Background Risk Sharing[J].Economic Inquiry,2015,53,431—447.
- [7] Gandolfi,A.and L.Miners.Gender-based Differences in Life Insurance Ownership[J].Journal of Risk and Insurance,1996,63, 683—693.
- [8] Guiso,L.and M.Paiella.The Role of Risk Aversion in Predicting Individual Behaviors[Z].CEPR Discussion,2004,No.4591.
- [9] Nie H,Xing C.Education expansion,assortative marriage,and income inequality in China[J].China Economic Review,2019,55:37-51.
- [10]Riley,W.and K.Chow.Asset Allocation and Individual Risk Aversion[J].Financial Analysts Journal,1992,48,32—37.
- [11]Showers, V. E., and J. A. Shotick.The effects of household characteristics on demand for insurance: A tobit analysis[J].Journal of Risk and Insurance 1994,61 (3):492—502.
- [12]Tullio Jappelli,Mario Padula.Investment in financial literacy and saving decisions[J].Journal of Banking and Finance,2013,37(8).
- [13]Xiao,W.Effects of marital status on household commercial health insurance participation behavior[J].Journal of Interdisciplinary Mathematics,2018,21(2):3

97- 407.

- [14]Xiaoquan Wang, Haowen Jia, Yu Yan & Ruojin Zhang.Will Marriage Promote Insurance Purchase? —— Empirical Evidence on the Effect of Marital Status on Family's Demand for Commercial Personal Insurance in China [J].Emerging Markets Finance and Trade,2023, VOL. 59, NO. 7, 2298 - 2312.
- [15]Zhang T,Li W,Li K,et al.Only words matter?The effects of cognitive abilities on commercial insurance participation[J].The North American Journal of Economics and Finance,2022,61:101691.
- [16]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,No.128(02):62-75.
- [17]曹国华,王楠,任成林.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.
- [18]段军山,洪榕,吴倩雯等.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.
- [19]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,No.421(07):170-189.
- [20]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,No.(02):116-132.
- [21]洪榕,梁伟星,冯家辉.婚姻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].商,2015(45):194.
- [22]兰宁.夫妻年龄差距与风险金融资产投资[D].西南民族大学,2021.
- [23]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,No.469(07):96-114.
- [24]李晓,吴雨,李洁.数字金融发展与家庭商业保险参与[J].统计研究,2021,38(05):29-41.
- [25]梁斌,陈茹.子女性别与家庭金融资产选择[J].经济学(季刊),2022,22(04):1299-1318.
- [26]廖婧琳.婚姻状况与居民金融投资偏好[J].南方金融,2017,No.495(11):23-32.

- [27]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,No.67(06):73-79.
- [28]刘添玉.父母职业对子女参加商业医疗保险的影响研究[D].中南财经政法大学,2021.
- [29]卢亚娟,张雯涵.家庭结构对家庭参与保险市场的影响研究[J].现代经济探讨,2020,No.461(05):25-35.
- [30]卢亚娟,张雯涵,孟丹丹.农村家庭商业保险购买决策的影响因素研究——基于 CHFS 数据的实证分析[J].金融发展研究,2019(08):11-17.
- [31]孟德锋,李丹,刘志友.保险素养与商业养老保险决策[J].金融理论与实践,2019(12):95-103.
- [32]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.
- [33]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,No.302(06):23-34.
- [34]王兵,刘利鸽.教育“梯度匹配”的夫妻更幸福吗?——基于CFPS2010数据531个在婚女性的考察[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2018,35(03):123-131.
- [35]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,No.283(06):93-111.
- [36]王杰,李姚军.教育婚姻匹配与婚姻满意度[J].中国人口科学,2021(02):52-63.
- [37]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,No.177(03):100-112.
- [38]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,No.379(07):183-192.
- [39]王晓全,阎建军,贾昊文等.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+123-124.
- [40]吴玉锋,聂建亮,白璐.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.
- [41]许敏敏,张海燕.互联网使用对家庭商业保险消费的影响研究[C].清华大学经济

- 管理学院中国保险与风险管理研究中心,湖南大学金融与统计学院.2022 中国保险与风险管理国际年会论文集.北京工商大学经济学院,2022:15.
- [42] 闫恒.论婚姻社会学的基本框架[J].浙江学刊, 1999(05):42-45.
- [43] 尹志超,严雨,蒋佳伶.收入波动、社会网络与家庭商业保险需求[J].财经问题研究,2021(08):52-61.
- [44] 尹志超,张紫璇,严雨.抚育子女对家庭保险需求的影响[J].金融论坛,2022,27(04):60-69.
- [45] 袁成,张若璇,徐诗雯.家庭老龄化对商业健康保险消费的倒U型影响——基于 CHFS2017 的实证研究[J].消费经济,2020,36(05):29-35.
- [46] 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,No.425(01):26-38.
- [47] 张号栋,尹志超.金融知识和中国家庭的金融排斥——基于CHFS数据的实证研究[J].金融研究,2016,No.433(07):80-95.
- [48] 王兵,刘利鸽.教育“梯度匹配”的夫妻更幸福吗?——基于CFPS2010 数据 53 31 个在婚女性的考察[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2018,35(03):123-131.
- [49] 张雷,顾天竹.子女增加会减少父母对商业保险的需求吗?——基于中国综合社会调查的实证分析[J].南方金融,2020,No.525(05):63-72.
- [50] 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.

后记

毕业季又来临，这次主角是我们。在美丽金城我度过了充实的三年，结识许多志同道合的朋友，成长很多，如今即将与校园生活挥手告别，我非常不舍。但我对接下来的人生路途更加充满希冀和信心，果戈里说：“青春之所以幸福，是因为它有前途”，青春正是在告别与重新启航中变得悠扬、令人回味。

这篇论文从选题到定稿前后经历了 11 个多月，在此感谢我的导师张宗军教授，每当我的论文遇到瓶颈时，张老师总是给予耐心指导，指引我走向正确的方向，让我少走了很多弯路，论文后期老师提出很多宝贵的意见，他修改到文章的字词与标点符号，体现出老师的专业严谨、认真负责，感谢导师三年的细心培养，我一定会继续努力，不忘初心！感谢预答辩与中期答辩的评委老师们，为我指出很多框架及实证上的细节问题，你们辛苦了！感谢我的室友、同门，常常和我一起讨论、交流问题，陪我度过这宝贵的三年时光。感谢我的朋友、父母，是他们一直支持陪伴着我，让我永远都能够有勇气继续飞行。感谢自己，在无数次摔倒过后擦干眼泪，选择治愈自己、突破自己，永远保持一颗坚定勇敢的心。

引用一段话来结尾吧。“当一个人有所追寻时，他只会看到他所追寻的东西。坚定地成为自己，同时关心他人的命运，学会爱这个世界，但随时准备好与之抗争，这就是我每日对自己说的。”接下来，继续追寻自己的梦想，永远飞驰，祝我们毕业快乐！