

数字经济时代社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响

向运华, 黄蓉

(武汉大学社会保障研究中心/政治与公共管理学院, 湖北 武汉 430072)



摘要 商业保险在参与多层次社会保障体系、提供高质量养老服务方面发挥着重要作用。基于2018年中国综合社会调查数据, 构建Probit回归模型考察数字经济时代社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响。结果表明: 社会经济地位感知正向影响农村居民商业保险参与, 在进行稳健性检验后依然成立。数字经济时代背景下, 社会经济地位感知可通过互联网嵌入对农村居民商业保险参与产生影响。进一步研究发现, 社会经济地位感知更有效地提升了数字乡村建设中高水平区域的农村居民商业保险参与。在具有信息载体和以互联网为主要信息来源的情况下, 社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的促进作用更明显。据此, 提出如下政策建议: 完善社会经济地位差异的商业保险推广模式, 建立商业保险相关的风险补偿机制; 缩小数字乡村建设水平差异, 促进农村居民互联网信息嵌入; 充分利用信息载体传递商业保险有效信息, 推动农村居民商业保险参与。

关键词 数字经济; 社会经济地位感知; 互联网嵌入; 农村居民商业保险参与

中图分类号: F842.6 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-3456(2025)04-0047-12

DOI 编码: 10.13300/j.cnki.hnwkxb.2025.04.005

党的二十大报告提出积极发展商业医疗保险的要求。2024年, 国务院办公厅印发了《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》, 提出了丰富个人养老金产品, 并推进专属商业养老保险的发展。这些政策要求反映了商业保险在参与多层次社会保障体系、提供高质量养老服务方面的重要作用。商业保险作为保险领域的重要课题, 已在我国形成相对完善的市场体系。然而, 2023年我国保险密度低于全球平均水平的6.83%, 保险深度低于全球平均水平882美元/人^①。居民参与商业保险受到个体经济情况和整体经济形势的影响。尤其是在农村地区, 商业保险对于经济实力相对较弱的农村居民来说, 具有重要的风险保障作用^[1]。在人口老龄化程度逐渐加深的背景下, 农村养老和医疗问题更加严峻, 但商业性的养老保险和医疗保险在农村地区还未发挥作用。我国城乡间商业保险参与程度存在较大的差距, 整体而言, 城镇地区商业保险参保比例高于农村地区^[2]。尽管农村家庭商业保险参保比例在稳步提升, 但农村商业医疗保险投保率不高, 农村居民仅依靠城乡居民基本养老保险也难以满足养老需求。

农村居民商业保险参与受到多种因素影响。从实际情况来看, 农村居民的经济状况是其参与商业保险的决定性因素。而社会经济地位感知是个体对自身社会经济地位的主观感受, 这种感受来源于教育、职业和收入等现实情况, 尤其是农村居民与城镇居民有一定的收入差距, 这可能会在一定程度上增强农村居民进行收入比较的动机, 最终影响个人的经济决策和行动^[3-4]。研究表明, 个体对社会经济地位的感知和预期深刻影响着个体的再分配偏好^[5-6], 这也表明农村居民会根据自身社会经济地位决定投资和消费。因此社会经济地位感知在农村居民参与商业保险的决策中扮演着重要角色。

收稿日期: 2024-08-05

基金项目: 教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“弱有所扶: 困难群体就业援助的政策体系研究”(22JJD630015)。

① 数据来源于中南财经政法大学风险管理研究中心《2024中国保险发展报告》。

随着新一代信息技术的迅速发展,经济领域发生了巨大变革,以信息技术为核心的数字经济也正在颠覆传统的生产方式和供需模式。我国数字经济规模持续增长,成为推动经济增长的新引擎。在数字经济时代,知识和信息突破了时间和空间的限制,加速了信息传播^[7],农村居民通过互联网获取的信息内容变得更加丰富,社会经济地位感知影响他们对信息的解读和决策能力,高社会经济地位的农村居民可能更容易获取和理解复杂的商业保险产品信息。另外,数字社交媒体和在线平台使得农村居民更容易进行社会比较,农村居民的社会经济地位感知也会受到他人保险参与的影响,从而影响其对自身保险需求的认知。因此,数字经济时代社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响效应仍可进一步探究。

在数字经济时代,研究农村居民的商业保险参与有了新的理论意蕴与实践意涵。其一,在数字经济快速发展的背景下,农村居民商业保险参与会受到多种因素的影响,而社会经济地位感知作为诸多因素综合作用的结果,其是否促进农村居民商业保险参与?在数字经济推动互联网内涵和外延不断丰富的情境下,社会经济地位感知又是如何影响农村居民商业保险参与?以此进行探究是拓展农村居民商业保险参与的影响因素分析的重要尝试。其二,农村数字经济的发展促进农村居民收入提高^[8],并对农民消费有扩容提质的双效应^[9],这对农村居民社会经济地位感知和商业保险参与具有重要影响。数字经济发展通过数字技术、数字产品和数字信息等打破时空限制,成为商业保险行业发展的重要驱动力。因此,社会经济地位感知影响商业保险参与会因农村地区的数字经济建设与运用有所不同,进一步探索其中的机制对于当下及未来引导农村居民参与商业保险具有重要意义。

鉴于此,本文主要从三个方面进行了探索,以期补充农村居民商业保险参与的研究,进一步推动农村居民商业保险参与,提升我国商业保险发展水平。第一,基于数字经济发展的时代背景,选取CGSS2018年的数据,探究社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响效应。第二,探析互联网嵌入在社会经济地位感知和农村居民商业保险参与之间的影响机制。第三,进一步从数字经济发展的视角探查数字乡村建设、信息载体以及主要信息源的异质性在社会经济地位感知和农村居民商业保险参与之间的影响效应。

一、文献回顾

加快商业保险在农村普及有利于保障和改善农村居民的生产生活。在中国目前的经济形势下,与城市居民相比,农村居民的商业保险的参与程度并不是很乐观^[10]。农村居民参与商业保险受到多种因素影响,首先,已有研究探讨了性别、年龄、受教育水平、婚姻状况、户口类型等人口特征因素,并在研究中发现年龄和受教育程度是当前影响农村家庭参与商业保险购买的最重要因素^[11]。其次,还有研究根据农村特点,将视角转向非农就业、土地流转、普遍信任、邻里效应等方面进行讨论。研究表明,非农就业促进了农村居民商业保险参与^[12],土地流转显著增加了农村家庭的商业保险参与行为及参与程度,且在低收入水平地区该促进作用更大^[13]。另外,农村地区村民之间的普遍信任程度越高,农户的商业保险需求越大^[14],邻居购买商业保险提高了农户参与商业保险的可能性^[15]。随着数字经济的快速发展,其影响渗透到商业保险参与中,数字普惠金融使得消费者获取信息和业务支付更加便捷,大大增加了购买保险产品、获得保险服务的客户人数^[16],显著促进了家庭商业保险需求^[17]。互联网使用显著提高了农村家庭购买商业保险的概率以及购买商业保险的支出^[18-19]。居民的数字接入能力已成为影响商业保险参与的重要因素^[20]。

社会经济地位是对某个人或者群体的社会和经济性的综合评价^[21],包括声望、权力和经济福利以及获得金融、社会文化和人力资本资源的机会。个体的社会经济地位对其行为和决策产生影响。社会经济地位通常包含客观社会经济地位和主观社会经济地位,客观社会经济地位一般通过家庭收入、受教育程度和政治地位来衡量,主观社会经济地位主要是个体对其经济和社会环境的一种心理感受^[22],表现为自身在社会阶层结构中所处的位置的判断和认同,即社会经济地位感知^[23]。研究表明,较低的社会经济地位在跨期决策中更容易做出“短视行为”^[24]。客观的社会资本状况和经济社会

特征会通过主观社会经济地位的认知,与人们的社会态度和社会行动选择产生更加紧密的逻辑关系^[25]。以往研究证实社会经济地位对居民商业保险参与具有正向影响^[26],社会资本和社会阶层对农村居民商业保险购买有正向促进效应^[27]。微观个体的行为表现一定程度上受到宏观经济变化的影响。当前数字经济蓬勃发展,对农村居民的社会经济地位感知以及商业保险参与决策的影响呈现新的变化。数字经济时代农村居民既有空间的阶层认知有所改变,并进一步拓展了个体进行社会比较的参照群体,社会经济地位感知增强。社会经济地位的差异影响着个体的数字技能水平,进而导致了互联网使用行为的差异性^[28]。随着互联网的应用和普及,商业保险与互联网的融合不断加强。互联网使用对农村居民购买商业保险的正向影响更大^[18]。

综上所述,诸多学者对农村居民商业保险参与做了卓有成效的研究,对本研究具有较大的启发意义。然而,当前的文献仍有值得进一步探索的空间。一是缺乏数字经济发展情境下社会经济地位感知对农村居民商业保险参与影响的讨论,虽有研究关注以实际收入水平、受教育程度、职业类型等衡量的客观社会经济地位对商业保险购买决策的影响,却较少关注数字经济时代下社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响。二是鲜有文献将数字经济作为研究视角探讨互联网嵌入在社会经济地位感知与农村居民商业保险参与之间的内在影响机制。三是现有研究关于数字经济发展对农村居民商业保险参与影响效应的异质性特征讨论有所不足。本文的边际贡献主要体现在以下三个方面:第一,在数字经济发展的背景下检验社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响情况,丰富了数字经济时代社会经济地位感知与农村居民商业保险参与之间的关系研究。第二,紧密结合数字经济的特点,从互联网嵌入层面剖析了社会经济地位感知促进农村居民商业保险参与的内在机制,补充了现有理论研究的不足。第三,探析数字经济发展对农村居民商业保险参与影响效应的异质性表现,拓展了农村居民商业保险参与的异质性研究视角。

二、理论分析与研究假设

1. 社会经济地位感知与农村居民商业保险参与

近年来,主观社会经济地位的认同度越来越高,个体所感知的社会经济地位是他们对自己在社会等级序列中位置的认识,这种判定不是主观随意的,而是依据其社会资源进行判断^[29]。Adler等发现主观社会经济地位的解释力更强^[30]。个人所感知到的社会经济地位对商业保险购买决策产生影响,较低的社会经济地位在某种程度上构成未参保的障碍^[31]。在农村社会,个体的社会经济地位感知更突出,对农村居民商业养老保险和商业医疗保险的消费与投资决策产生影响。首先,个体在社会结构中所处的地位会影响其消费行为,结构位置的差异影响着居民参与金融市场的需求、动力和模式。消费作为个体行为选择的后果,在很大程度上受到结构的制约,呈现出高度的社会性,如王宁提出的消费行为的制度性嵌入^[32]。具体到农村居民商业保险参与,那些感知到自己社会经济地位较高的人,通常处于阶层较高的位置,具备更强的购买力,能够承担商业保险的费用,而社会经济地位感知较低的人,由于经济压力放弃或者推迟购买保险,将有限的资源用于基本的生活需求。其次,社会经济地位感知影响农村居民的风险意识。拥有高社会经济地位感知的农村居民往往对未来的风险有更强的预判能力,他们可能更加重视保障计划,愿意为防范风险而投资商业保险。而低社会经济地位感知的农村居民则可能对商业保险的认知较弱,导致他们忽视商业养老保险和商业医疗保险的重要性。由此,提出如下假设H_{1a}和H_{1b}。

H_{1a}:社会经济地位感知正向影响农村居民商业养老保险参与。

H_{1b}:社会经济地位感知正向影响农村居民商业医疗保险参与。

2. 社会经济地位感知、互联网嵌入与农村居民商业保险参与

社会经济地位使得社会形成了分层结构,而在数字时代,人们生活在信息场域中,互联网信息成为社会的重要资源,亦构成社会分层的重要维度。徐笑梅等将社会嵌入理论延伸到互联网情境下,首次提出互联网嵌入概念,认为互联网技术颠覆了人们的社会嵌入方式和规则。如打破了社会嵌入

时空障碍,使嵌入情境由现实向虚拟转移,嵌入活动由线下转变为线上线下互动^[33],后续研究使用此概念解释个体与互联网的关系。随着互联网普及率的不断提高和网民规模的扩大,社会经济地位感知可通过互联网嵌入促进农村居民商业保险参与。一方面,社会经济地位感知为互联网嵌入提供了动机,增加了农村居民商业保险参与的可能性。社会经济地位与信息分化相互塑造,社会经济地位的差别使得信息分化更为显著^[34]。互联网技术是数字经济的重要表现形式,社会经济地位感知越强,对互联网信息的需求越广泛,更能转化为自身的无形资产,为商业保险参与提供有价值的决策建议。另一方面,社会经济地位感知能够通过互联网搭建双向互动平台,加强商业保险公司与消费者之间的关系。基于一定的社会经济地位,互联网在很大程度上改变着人们的消费决策、投资行为和自我认知等^[35]。信息共享和便携的通信有利于消费者对保险产品有更全面、深入的了解。以互联网和手机定制消息为主的新媒体使用对农村居民参与商业养老保险具有积极作用^[36],同时互联网使用增强了农村地区社交互动,并且能够缓解传统保险可得约束与金融排斥,促进农村居民购买商业保险^[37]。由此来看,社会经济地位感知通过互联网嵌入可以强化需求和提高认知,从而对商业保险参与产生影响。据此,提出如下假设H_{2a}和H_{2b}。

H_{2a}:社会经济地位感知通过互联网嵌入间接影响农村居民商业养老保险参与。

H_{2b}:社会经济地位感知通过互联网嵌入间接影响农村居民商业医疗保险参与。

三、研究设计

1. 模型设定

(1)社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响模型。为检验社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响情况,构建Probit回归模型如下:

$$\text{Probit}(Ins_i = 1) = \Phi\left(\alpha + \beta SES_i + \sum_{j=1}^n \delta_{ij} Controls_{ij} + \epsilon_i\right) \quad (1)$$

其中 Ins 为被解释变量“农村居民商业保险参与”,包括商业养老保险参与和商业医疗保险参与, $Ins_i=1$ 表示参与两类商业保险, i 为第 i 个个体。 SES 为解释变量“社会经济地位感知”, $Controls$ 表示一系列控制变量, j 表示第 j 个控制变量。

(2)互联网嵌入在社会经济地位感知与农村居民商业保险参与之间的中介效应模型。参照温忠麟等^[38]的中介效应模型,构建互联网嵌入在社会经济地位感知和农村居民商业保险参与之间的中介效应模型:

$$Y = cX + e_1 \quad (2)$$

$$M = aX + e_2 \quad (3)$$

$$Y = c'X + bM + e_3 \quad (4)$$

其中, Y 表示农村居民商业保险参与; X 表示社会经济地位感知; M 表示互联网嵌入; e_1 、 e_2 、 e_3 表示随机干扰项; a 、 b 、 c 和 c' 表示回归系数。

2. 数据来源

本文使用2018年中国综合社会调查数据,评估数字经济时代社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响。CGSS是由中国人民大学社会学系在全国范围内开展的大规模调查项目,该项目覆盖28个省、自治区与直辖市(除新疆、西藏、海南及港、澳、台地区)。目前该项目共对外公开6期调查数据,考虑到各年份相关变量的数据存在不完全连续性,2021年数据由于疫情影响可能存在代表性不足的问题,故选取最近年份2018年。经整理后获得农村居民有效样本共计8808个,使用统计软件Stata17.0进行数据分析。为进一步避免极端值对结果的影响,本文对主要连续变量在1%和99%的水平上进行了缩尾处理。

3. 变量选取

被解释变量:为刻画农村居民商业保险参与行为,本文结合农村地区实际情况,主要从两个维度

进行测度,分别是商业养老保险参与和商业医疗保险参与。研究借鉴王泰等^[39]关于商业保险购买决策的变量选取方法,以CGSS调查问卷中涉及的“是否购买商业养老保险”和“是否购买商业医疗保险”来衡量,若购买则为1,没有购买则为0。

解释变量:本文的解释变量为“社会经济地位感知”,参考上官莉娜等^[40]对主观社会经济地位的测量,选取问题“您认为目前您本人的社会经济地位在本地大体属于哪个层次?”进行测度。本文的变量依据CGSS调查问卷中“综合来看,在目前这个社会上,您本人的社会经济地位属于?”这一问题的回答进行赋值,对这一问题的回答从“下层”至“上层”,由低到高赋值为1—5。

中介变量:为检验社会经济地位感知是否通过互联网嵌入间接影响农村居民商业保险参与,本文借鉴刘艳丽等关于互联网嵌入的变量衡量方法,即“是否使用手机上网”作为互联网嵌入的代理变量^[41]。具体地,本文在CGSS问卷中以“您上网吗,包括使用电脑、手机、智能穿戴等各种设备上网”这一问题来衡量农村居民互联网嵌入与否的行为,上网赋值为1,否则为0。考虑到互联网嵌入的效果并不是简单地发生这一行为,还需要一定的嵌入时间才能对认知产生影响。因此,本文还选取了“过去一年,您对互联网使用情况”来衡量互联网嵌入程度,将回答“从不”至“频繁”依次赋值1—5。

控制变量:控制变量选取了对农村居民商业保险参与具有重要作用的人口特征变量、家庭特征变量以及社会保险参与情况。根据卢亚娟等关于农村家庭商业保险参与度的影响因素研究^[11],年龄、婚姻状况、健康状况、子女数量都影响农村家庭商业保险参与,因此本文的控制变量也选取了这些影响因素。另外,在其研究中还发现新农合保险参与、户主的收入同样影响商业保险参与,结合王泰等^[39]关于商业保险购买决策的研究,选取了与本文被解释变量密切相关的社会养老保险和社会医疗保险作为控制变量,而将家庭经济状况视为与收入相关的变量也纳入本文的控制变量中。参考尹志超等^[42]的研究,控制变量还纳入了性别和房产数量。变量定义与描述性统计见表1。

表1 变量定义与描述性统计

	变量	定义及赋值	平均值	标准差	最小值	最大值
被解释变量	商业养老保险参与	参加商业养老保险赋值为1;否则为0	0.0704	0.2558	0	1
	商业医疗保险参与	参加商业医疗保险赋值为1;否则为0	0.0988	0.2984	0	1
解释变量	社会经济地位	“在目前这个社会上,您本人的社会经济地位属于?”,“下层”至“上层”,由低到高赋值为1—5	2.2399	0.8612	1	5
中介变量	互联网嵌入与否	“您上网吗,包括使用电脑、手机、智能穿戴等各种设备上网?”,上网赋值1;否则为0	0.5687	0.4953	0	1
	互联网嵌入程度	“过去一年,您对互联网使用情况”,“从不”至“频繁”依次赋值1—5	2.6946	1.6714	1	5
控制变量	性别	男性赋值为1;否则为0	0.4641	0.4987	0	1
	年龄	周岁年龄	52.2351	16.4435	20	86
	婚姻状况	有配偶赋值为1;否则为0	0.7692	0.4214	0	1
	健康状况	按照自我评估健康状况由低到高赋值为1—5	3.5042	1.1071	1	5
	子女数量	子女数量	1.8220	1.2168	0	6
	房产数量	拥有房产数	1.0802	0.5289	0	3
	家庭经济状况	“家庭经济状况在所在地属于哪一档?”,“远低于平均水平”至“远高于平均水平”,由低到高依次赋值为1—5	2.5196	0.7290	1	5
	社会养老保险	参加社会养老保险赋值为1;否则为0	0.7274	0.4453	0	1
	社会医疗保险	参加社会医疗保险赋值为1;否则为0	0.9189	0.2729	0	1

表1报告了以上各个变量的描述性统计数据,农村居民商业养老保险参保率为7.04%,商业医疗保险参保率为9.88%,均处于较低的水平,而社会养老保险和社会医疗保险参保率分别达到72.74%和91.89%,可见社会保险与商业保险的覆盖率差距较大。社会经济地位的均值为2.2399,表明居民

的社会经济地位总体上处于中下水平。从其他变量统计来看,男性与女性样本占比比较均衡,家庭经济状况均值为 2.5196,处于中等偏下的水平。

四、实证结果与分析

1. 社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响

为了探寻社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响,采用模型(1)进行分析,回归结果如表 2 所示。表 2 中列(1)和列(2)检验社会经济地位感知对农村居民商业养老保险参与的影响,其中列(1)未加入任何控制变量,列(2)在列(1)的基础上加入相关控制变量。从结果中可以看出核心解释变量社会经济地位感知的系数都在 1% 的水平上显著为正,说明社会经济地位感知确实提高了农村居民商业养老保险参与。列(3)和列(4)检验社会经济地位感知对农村居民商业医疗保险参与的影响,列(3)未加入任何控制变量,列(4)在列(3)的基础上加入相关控制变量,社会经济地位感知正向影响农村居民商业医疗保险参与,且在 1% 的水平上显著。这表明社会经济地位感知也能显著提高农村居民商业医疗保险参与。由此,假设 H_{1a} 和 H_{1b} 得以验证。可见,农村居民对自身社会经济地位的感知能够有效影响商业保险参与,这意味着在农村地区推进商业保险,需要充分考虑农村居民的社会经济状况,从社会经济地位感知着手强化商业保险参与。

2. 稳健性检验

为进一步验证结果的稳健性,首先通过替换变量进行检验。本文借鉴王泰等^[39]的做法,把离散型变量“社会经济地位感知”进行二分类变量赋值,社会经济地位感知的均值为 2.2399,因此将高于样本均值的赋值为 1,低于样本均值的赋值为 0,也就是对社会经济地位感知处于中层、中上层和上层的赋值为 1,处于中下层、下层的赋值为 0。表 3 列(1)为农村居民商业养老保险参与,列(2)为农村居民商业医疗保险参与,与基础回归结果一致,说明结果具有一定稳健性。

其次,通过更换 Probit 模型为 Logit 模型和线性概率模型(LMP)进行检验,从表 3 的列(3)、列(4)和列(5)、列(6)的结果来看,两种模型的检验结果均在 1% 的水平上显著为正,表明社会经济地位感

表 2 社会经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响
N=8808

变量	商业养老保险参与		商业医疗保险参与	
	(1)	(2)	(3)	(4)
社会经济地位感知	0.2599*** (0.0243)	0.1441*** (0.0302)	0.2050*** (0.0216)	0.1231*** (0.0271)
性别		-0.0472 (0.0430)		-0.0383 (0.0388)
年龄		-0.0066*** (0.0017)		-0.0131*** (0.0015)
婚姻状况		0.2039*** (0.0564)		0.1413*** (0.0498)
健康状况		0.0951*** (0.0230)		0.0560*** (0.0204)
子女数量		-0.1655*** (0.0258)		-0.1424*** (0.0227)
房产数量		0.1844*** (0.0360)		0.1497*** (0.0333)
家庭经济状况		0.1644*** (0.0373)		0.1382*** (0.0335)
社会养老保险		0.1476*** (0.0506)		
社会医疗保险				-0.2150*** (0.0658)
常数项	-2.0916*** (0.0634)	-2.4693*** (0.1524)	-1.7677*** (0.0550)	-1.3389*** (0.1414)
R ²	0.0264	0.0824	0.0161	0.0833

注:***、**、*分别表示在 1%、5%、10% 的水平上显著,括号内为标准误差,下同。

表 3 稳健性检验
N=8808

变量	Probit		Logit		LMP	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
社会经济地位感知	0.1677*** (0.0480)	0.1308*** (0.0435)	0.2984*** (0.0611)	0.2431*** (0.0521)	0.0185*** (0.0038)	0.0200*** (0.0044)
控制变量	是	是	是	是	是	是
常数项	-2.3320*** (0.1549)	-1.2327*** (0.1438)	-4.7174*** (0.3155)	-2.4271*** (0.2741)	-0.0338* (0.0181)	0.1209*** (0.0228)
R ²	0.0800	0.0812	0.0839	0.0827	0.0389	0.0495

知对农村居民商业保险参与产生了强烈的影响,结果具有较强的稳健性。

3. 内生性讨论

虽然本文加入了较多控制变量,但由于农村地区存在地理特征的差异,而农民自身具有认知差异,这些遗漏的因素也可能影响社会地位感知和商业保险参与。农村居民商业保险的参与情况在一定程度上影响其社会地位感知,因此可能存在反向因果的问题。为了解决遗漏变量和反向因果导致的内生性问题,本文采用工具变量法,以家庭汽车拥有情况作为工具变量进行检验,选取问卷中“您家是否拥有小汽车?”这一问题,回答“有”则赋值为1,否则赋值为0。家庭汽车拥有情况在一定程度上会提升个体对自身社会地位的认同感,而家庭是否拥有小汽车对商业保险购买并没有直接的联系。因此,家庭汽车拥有情况可以作为工具变量。

本文结合 Probit 模型内生性检验的方法^[43],使用 IV Probit 进行初始工具变量检验,即检验工具变量的有效性,从表4检验结果来看,沃尔德检验结果的 p 值为0.0000,由此,在1%的水平上可以认为社会地位感知为内生解释变量且工具变量“家庭汽车拥有情况”对内生变量“社会地位感知”具有较强的解释力。因此,家庭汽车拥有情况作为工具变量有效。另外使用 Weakiv 进行弱工具变量检验,表5结果显示 AR、Wald 的 P 值均在1%的水平上显著,则该工具变量不是弱工具变量。

4. 机制检验

在数字经济时代,社会地位越高,对互联网需求影响越大,互联网嵌入的可能性越大、程度也越深。在农村地区,农民通过接触互联网获取信息,对是否参与商业保险做出判断。为进一步探析社会地位感知对提高农村居民商业保险参与的内在机制,选用中介效应模型分析互联网嵌入的间接影响作用,选取“互联网嵌入与否”和“互联网嵌入程度”作为互联网嵌入的两个维度,中介检验结果见表6和表7。由表6可知,列(1)和列(4)显示社会地位感知对农村居民商业养老保险参与和商业医疗保险参与的回归系数显著为正,列(2)和列(5)中社会地位感知和互联网嵌入与否显著正相关,列(3)和列(6)表明社会地位感知、互联网嵌入与否对商业养老保险参与和商业医疗保险参与的影响显著正相关,且社会地位感知的回归系数有所降低,说明互联网嵌入与否在社会地位感知和农村居民商业保险参与之间存在不完全中介效应。同样地,表7的检验结果表明互联网嵌入程度在社会地位

表4 初始工具变量检验					N=8808	
变量	社会经济地位感知	商业养老保险参与	社会经济地位感知	商业医疗保险参与		
	Firststage	Two-step	Firststage	Two-step		
工具变量	0.1138*** (0.0186)		0.1171*** (0.0185)			
社会经济地位感知		4.4912*** (0.8221)		4.0149*** (0.7172)		
控制变量	是	是	是	是		
常数项	0.2003*** (0.0511)	-3.3358*** (0.3166)	0.1928*** (0.0554)	-2.0461*** (0.2918)		
R^2	0.3265		0.3257			
F	474.00		472.27			
Chi(2)		131.36		166.25		
P		0.0000		0.0000		

表5 弱工具变量检验				
检验	商业养老保险参与		商业医疗保险参与	
	Chi2(1)	P	Chi2(1)	P
AR	119.32	0.0000	122.60	0.0000
Wald	29.85	0.0000	31.34	0.0000

表6 互联网嵌入与否的中介效应检验							N=8808	
变量	商业养老保险			商业医疗保险				
	商业养老保险 (1)	互联网嵌入与否 (2)	商业养老保险 (3)	商业医疗保险 (4)	互联网嵌入与否 (5)	商业医疗保险 (6)		
社会经济地位感知	0.1441*** (0.0302)	0.0737*** (0.0239)	0.1375*** (0.0306)	0.1231*** (0.0271)	0.0761*** (0.0238)	0.1149*** (0.0276)		
互联网嵌入与否			0.5313*** (0.0635)			0.6274*** (0.0587)		
控制变量	是	是	是	是	是	是		
R^2	0.0824	0.4066	0.0988	0.0927	0.4056	0.1046		

表 7 互联网嵌入程度的中介效应检验						N=8808
变量	商业养老保险			商业医疗保险		
	商业养老保险 (1)	互联网嵌入程度 (2)	商业养老保险 (3)	商业医疗保险 (4)	互联网嵌入程度 (5)	商业医疗保险 (6)
社会地位感知	0.1441*** (0.0302)	0.0673*** (0.0182)	0.1296*** (0.0309)	0.1231*** (0.0271)	0.0715*** (0.0182)	0.1071*** (0.0278)
互联网嵌入程度			0.1940*** (0.0179)			0.2039*** (0.0162)
控制变量	是	是	是	是	是	是
R ²	0.0824	0.2177	0.1095	0.0927	0.2163	0.1119

感知和农村居民商业保险参与中具有间接影响效应。由此来看,互联网嵌入构成社会地位感知对农村居民商业保险参与影响的重要机制。其一,互联网嵌入对农村居民商业保险参与的决策行为起到助推作用,社会地位感知通过互联网嵌入促进农村居民商业保险参与。其二,互联网嵌入程度越深,社会地位感知影响农村居民商业保险参与的作用也越大。这表明数字经济时代互联网建设和普及对农村居民商业保险参与十分关键。因此,假设H_{2a}和H_{2b}得到验证。

5. 进一步分析

在数字经济时代,社会地位感知与数字经济发展水平存在密切联系。伴随着数字经济发展,数字乡村建设水平不断提升,农民的收入和使用互联网的深度增加^[44],从而提高了农村居民的消费动力。具体而言,数字化信息能有效缓解农村家庭金融脆弱性,提高商业保险参与的概率^[45],互联网使用有利于减少市场摩擦,提高风险金融投资的概率^[4]。从农村的现实情况来看,在不同数字经济发展水平下,数字乡村建设呈现出区域性的梯度分布格局^[44],社会地位感知对商业保险参与决策的影响可能存在一定的差异性。因此,本文首先基于数字乡村建设水平分析其影响差异,并结合数字经济时代商业保险参与所需要的信息载体和个体获取信息的来源进一步探析社会地位感知对农村居民商业保险参与的作用效果。

(1)基于数字乡村建设水平区域差异的考察。数字乡村建设是推进乡村振兴的重要抓手,能够有效促进农民增收,实现农村人口高质量发展,这为农村居民参与商业保险提供了经济支撑和消费动力。我国农村地区的发展差异较大,数字乡村建设水平对经济发展水平较高地区的农村家庭影响更为明显^[46]。所以,区域间数字乡村建设水平的差异可能会导致社会地位感知对农村居民商业保险参与的影响有所不同。借鉴高贵现对三大区域数字乡村建设水平的平均值测度结果,即东部地区数字乡村建设水平最高,中部地区次之,西部地区最低^[46],以此分类检验不同数字乡村建设水平下农村居民社会地位感知对商业保险参与的影响情况。结果见表 8,东部和中部地区,社会地位感知对农村居民商业养老保险参与和商业医疗保险参与的影响均在 1% 的水平上显著为正。西部地区,此影响效应不显著。这说明数字乡村建设中高水平的区域,社会地位感知对农村居民商业保险参与具有显著的积极影响,处于低数字乡村建设水平的区域未能有效发挥影响效应。

(2)基于信息载体的考察。目前数字经济发展方兴未艾,逐渐进入快车道。数字经济是以数字

表 8 异质性分析:数字乡村建设水平区域差异						
变量	商业养老保险			商业医疗保险		
	东部(高)	中部(中)	西部(低)	东部(高)	中部(中)	西部(低)
社会地位感知	0.1216*** (0.0414)	0.2495*** (0.0672)	0.0581 (0.0674)	0.1004*** (0.0379)	0.2039*** (0.0579)	0.0241 (0.0589)
控制变量	是	是	是	是	是	是
常数项	-1.8482*** (0.2064)	-3.1156*** (0.3391)	-3.2544*** (0.3711)	-0.7283*** (0.1937)	-1.8956*** (0.3052)	-1.6983*** (0.3259)
观测值	3590	2880	2338	3590	2880	2338
R ²	0.0764	0.0842	0.0769	0.0675	0.0824	0.1137

技术为重要内容,并包含一系列经济活动的总和。数字经济时代,手机成为人们获取信息和传播信息的重要载体,是否具备手机这一信息载体对居民日常生活有着不同的影响。有学者提出手机将成为“信息无产者”提升生活质量的重要途径^[47]。在数字经济时代,人们对数字媒体的接触和信息占有差距将会导致社会阶层的分化^[48],由此来看,通过手机接触大量信息对于自身社会地位也会产生一定影响,研究发现,手机的普及和使用为农民工提供了信息赋权^[49],因此,在手机这一信息载体的影响下,社会地位感知对农村居民商业保险参与也可能产生不同的效应。本文以是否使用手机作为区分,基于CGSS 2018年问卷数据考察社会地位感知对农村居民商业保险参与的影响。如表9所示,居民若有单独使用的手机,社会地位感知在1%的水平上显著影响农村居民商业养老保险和农村居民商业医疗保险参与,没有单独使用手机的情况下,社会地位感知对农村居民商业保险参与没有显著影响,这表明手机作为数字经济时代的重要信息载体,能够帮助农村居民获取更多关于商业保险的信息,提升自身社会地位认知,促进居民参与商业养老保险和商业医疗保险。

(3)基于主要信息来源的考察。数字经济的资源主要来源于海量的数据信息以及对这些信息的高效搜索和获取,信息优势降低了保险服务的使用成本,提高了偏远农村地区人们金融服务的可获得性,商业保险的服务范围得以扩展^[50],这极大地推动了保险行业的发展。因此,在数字经济时代,获取信息至关重要,相比传统的媒介,如报纸、广播、电视和杂志,互联网获取的信息更广泛,也更加高效,不同的信息来源可能导致社会地位感知对农村居民商业保险参与的影响呈现一定的差异性。本文以农村居民获取信息的主要来源作为区分,选取CGSS 2018问卷中“哪个是您最主要的信息来源?”题项,分类标准为是否以互联网为主要来源,以此考察社会地位感知对农村居民商业保险参与的影响情况。表10的结果显示,互联网作为主要信息来源和其他传统媒体作为主要信息来源都在一定程度上强化了社会地位感知对商业养老保险和商业医疗保险的正向影响,但影响程度存在一定差异。互联网作为主要信息来源,社会地位感知对农村居民商业保险参与在1%的水平上正向显著;传统媒体作为主要信息来源,社会地位感知对农村居民商业养老保险参与在5%的水平上正向显著,社会地位感知对农村居民商业医疗保险参与在10%的水平上正向显著。这也说明以互联网为主要信息来源,社会地位感知对农村居民商业保险参与的影响更强。

五、结论与政策建议

本文研究了社会地位感知对农村居民商业保险参与的影响。从现有文献和相关理论中考察社会地位感知对农村居民商业保险参与的影响,找到数字经济时代社会地位感知对农村居民商业保险参与的作用机制,并利用CGSS 2018年数据进行验证。实证结果表明,社会地位感知对农村居民商业保险参与的影响正向显著,通过替换变量、更换模型和内生性检验后,仍可得到一致的结论。从影响机制的分析来看,社会地位感知有利于农村居民互联网嵌入行为的发生以及嵌入程度的增加,提升农村居民对商业保险的认知,进而促进商业保险参与。进一步解析数字经济时代数字乡村建设水平的区域差异,发现在数字乡村建设中高水平的中部地区和东部地区,社会

表9 异质性分析:是否具备信息载体

变量	商业养老保险		商业医疗保险	
	有	无	有	无
社会地位感知	0.1542*** (0.0317)	0.0266 (0.1017)	0.1287*** (0.0284)	0.0641 (0.0935)
控制变量	是	是	是	是
常数项	-2.4223*** (0.1589)	-2.9991*** (0.5511)	-1.3331*** (0.1488)	-1.4452*** (0.4616)
观测值	7933	875	7933	875
R ²	0.0809	0.1061	0.0824	0.0954

表10 异质性分析:主要信息来源

变量	商业养老保险		商业医疗保险	
	互联网	传统媒体	互联网	传统媒体
社会地位感知	0.1537*** (0.0403)	0.0981** (0.0480)	0.1400*** (0.0356)	0.0771* (0.0434)
控制变量	是	是	是	是
常数项	-2.6112*** (0.2049)	-2.7508*** (0.2655)	-1.4932 (0.1898)	-1.5795*** (0.2418)
观测值	3530	5278	3530	5278
R ²	0.0568	0.0672	0.0253	0.0516

经济地位感知对农村居民商业保险参与的影响显著。通过探析农村居民获取信息的载体和来源,在是否具有信息载体的分析中发现,具有单独使用手机的农村居民中,社会经济地位感知对商业保险的参与影响显著,这反映了手机使用对商业保险参与的重要作用;在主要信息来源是否为互联网的分析中发现,农村居民的主要信息来源为互联网,社会经济地位感知对商业保险参与的影响更强。

根据上述研究结论,提出以下政策建议:

第一,社会经济地位感知是农村居民对自身社会地位和经济实力的重要认知,是推动农村居民做出消费决策的重要因素。其一,应该完善反映社会经济地位差异的商业保险推广模式,促进农村居民参与商业保险。社会经济地位较低的农村居民往往对商业保险认知不足,而认知水平是影响个人补充保险参与意愿的重要因素^[51]。因此,要针对社会经济地位较低的农村居民加强农村养老和医疗的宣传,普及商业保险知识,提高认知水平,打造农村商业保险发展的软环境。其二,建立商业保险相关的风险补偿机制。在商业养老保险、商业医疗保险等相关补贴政策中增加商业保险风险预算,扩大补贴范围和补贴力度,以降低农村居民的风险程度和资金约束,弱化其较低的社会经济地位感知。

第二,在数字经济时代更加关注互联网嵌入的作用,互联网能够拓宽农村居民闭塞的信息渠道,使农村居民更容易做出正确的购买决策。其一,要加强西部地区数字乡村建设,尤其是互联网基础设施建设,使农村居民拥有上网的基本条件,逐渐将互联网作为主要信息来源。其二,农村居民对于商业保险的购买成本、风险以及收益等方面较为敏感,要通过互联网为农村居民精准推送商业保险可能存在的风险和未来的益处,增强农村居民对商业保险的价值认知,并提供专门针对农村居民的风险较低且收益可观的商业保险类别,供农村居民在线选择。

第三,数字信息获取载体深刻影响农村居民商业保险参与。农村地区应该优化商业保险发展环境,通过数据驱动创新,推动保险科技进步,加快数字转型,构建平台生态系统。从商业养老保险和商业医疗保险本身的购买便捷性、产品安全性和价值衍生性出发,通过信息载体传达到农村居民,尽管部分没有信息载体的农村居民无法直接触及此类信息,但农村本身有着“熟人社会”的典型特征,能够较快地传达各类消息,这也提升了未使用信息载体的居民信息知晓率。

参 考 文 献

- [1] 刘宇洋,丁士军,陈玉萍.家庭异质性视角下农户脆弱性影响因素研究[J].华中农业大学学报(社会科学版),2022(3):70-82.
- [2] 刘泰星,尹志超.“顺其自然”还是“防患未然”:劳动力流动对农村家庭商业保险参与的影响[J].中国农村经济,2024(9):80-100.
- [3] BALL R, CHERNOVA K. Absolute income, relative income, and happiness[J]. Social science electronic publishing, 2008, 88(3): 497-529.
- [4] 周广肃,梁琪.互联网使用、市场摩擦与家庭风险金融资产投资[J].金融研究,2018(1):84-101.
- [5] 陈宗胜,李清彬.再分配倾向决定框架模型及经验验证[J].经济社会体制比较,2011(4):35-46.
- [6] 潘春阳,何立新.独善其身还是兼济天下?——中国居民再分配偏好的实证研究[J].经济评论,2011(5):20-29, 56.
- [7] 许宪春,张美慧.中国数字经济规模测算研究——基于国际比较的视角[J].中国工业经济,2020(5):23-41.
- [8] 周亚虹,邱子迅,姜帅帅,等.数字经济发展与农村共同富裕:电子商务与数字金融协同视角[J].经济研究,2024(7):54-71.
- [9] 纪阳阳,王永静,吴家庆.乡村数字经济赋能农民消费:内在机理与实证检验[J].贵州财经大学学报,2024(6):38-47.
- [10] LI C, WANG S F, LIU X H, et al. Does the development of the insurance industry promote the purchase of rural commercial health insurance?[J]. Frontiers in public health, 2021(9):695121.
- [11] 卢亚娟,张雯涵,孟丹丹.农村家庭商业保险参与度的影响因素研究——基于 CHFS 数据的实证分析[J].金融发展研究,2019(8):11-17.
- [12] 杨辉,吴珂佳,付小钊.非农就业对农村家庭商业保险参与的影响研究——来自 CFPS 数据的实证分析[J].社会保障研究,2021(6):43-54.
- [13] 赵增力,汪雨雨.土地流转与农村家庭商业保险参与[J].调研世界,2022(7):65-77.
- [14] 龚政.“普遍信任”对农户商业保险购买的影响机理及路径研究——基于农户微观调查数据的分析[J].价格理论与实践,2024(5):198-202.
- [15] HAN K F, TAN J. How neighbours influence commercial health insurance purchase: evidence from 2451 rural households in west

- China[J].Journal of development effectiveness,2021(7):1-13.
- [16] 王仁曾,黄晓莹.数字普惠金融对家庭商业保险需求影响实证研究[J].西北民族大学学报(哲学社会科学版),2021(4):123-137.
- [17] 谢明明,闫文杰,杨一帆.数字普惠金融对家庭商业保险需求的影响——基于机制分析与门槛效应的检验[J].金融理论与实践,2024(5):108-118.
- [18] XU B C,XU X N,ZHAO J C,et al.Influence of internet use on commercial health insurance of Chinese residents[J].Frontiers in public health,2022(10):907124.
- [19] 杨碧云,吴熙,易行健.互联网使用与家庭商业保险购买——来自CFPS数据的证据[J].保险研究,2019(12):30-47.
- [20] 杨碧云,黎卓妍,易行健,等.数字鸿沟与家庭商业保险决策[J].保险研究,2024(9):44-59.
- [21] 李春玲.当代中国社会的声望分层——职业声望与社会经济地位指数测量[J].社会学研究,2005(2):74-102,244.
- [22] JACKMAN M R,JACKMAN R W.Interpretation of relation between objective and subjective social status[J].American sociological review,1973,38(5):569-582.
- [23] 郑路,徐旻霞.抑制还是刺激?——社会经济地位感知与城镇居民风险金融投资[J].社会学评论,2022,10(6):145-166.
- [24] 杜棠艳,胡小勇,杨静,等.低社会经济地位与跨期决策:威胁视角下的心理转变机制[J].心理科学进展,2022(8):1894-1904.
- [25] 李升.主客观阶层位置与社会政治态度研究——兼论中国中产阶层的“稳定器”功能[J].社会发展研究,2017(2):73-88,243-244.
- [26] 刘大格,李红艳.社会经济地位对居民参加商业医疗保险的影响研究[J].科学与管理,2019(4):50-56.
- [27] 吴玉锋.社会阶层、社会资本与我国城乡居民商业保险购买行为——基于CGSS2015的调查数据[J].中国软科学,2018(6):56-66.
- [28] 许庆红.数字不平等:社会阶层与互联网使用研究综述[J].高校图书馆工作,2017(5):16-20.
- [29] DEMAkakOS P,NAZROO J,BREEZE E,et al.Socioeconomic status and health:the role of subjective social status[J].Social science&medicine,2008,67(2):330-340.
- [30] ADLER N E,EPEL E S,CASTELLAZZO G,et al.Relationship of subjective and objective social status with psychological and physiological functioning:preliminary data in healthy,white women[J].Health psychology,2000,19(6):586-592.
- [31] 骆为祥.中国成年人医疗保险未参保状况及影响因素研究[J].社会保障评论,2019(1):102-118.
- [32] 王宁.消费行为的制度嵌入性——消费社会学的一个研究纲领[J].中山大学学报(社会科学版),2008(4):145-150,211.
- [33] 徐笑梅,陈学军,俞函斐.互联网嵌入对社会资本的影响研究[J].世界科技研究与发展,2014(6):698-702,731.
- [34] 沈艳.信息分化与社会分层的互构与转化——基于2018网民社会意识调查和2017CGSS的实证研究[J].科学与社会,2022(2):121-136.
- [35] SONG J,ZAHEDI F.A theoretical approach to web design in e-commerce:a belief reinforcement model[J].Management science,2005,51(8):1219-1235.
- [36] 彭魏倬加.信息渠道如何影响商业养老保险决策——来自CGSS的微观证据[J].中南大学学报(社会科学版),2020(6):119-129.
- [37] 李跟强,高鹏.移动互联网可及性、金融排斥与商业健康保险参与——来自CHFS数据的证据[J].财经理论与实践,2022(6):56-63.
- [38] 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(5):731-745.
- [39] 王泰,朱衡,卓志.社会信任对个人商业保险购买决策的影响——基于CGSS数据的实证研究[J].保险研究,2022(8):3-16.
- [40] 上官莉娜,魏楚珂,杜玉萍.数字素养促进农民参与乡村治理吗?——基于主观社会经济地位和政治效能感的中介作用分析[J].湖南农业大学学报(社会科学版),2024(1):54-63.
- [41] 刘艳丽,刘政.互联网嵌入、社会资本与农村居民贫困脆弱性[J].云南财经大学学报,2023(8):85-100.
- [42] 尹志超,田文涛,王晓全.移动支付对家庭商业保险参与的影响——基于中国家庭金融调查数据的实证分析[J].财经问题研究,2022(11):57-66.
- [43] 袁微.二值选择模型内生性检验方法、步骤及Stata应用[J].统计与决策,2018(6):15-20.
- [44] 斯丽娟,石珂欣.数字乡村建设如何影响农村居民消费?——基于县域匹配数据的实证分析[J].上海经济研究,2024(6):62-82.
- [45] 陈池波,龚政.数字普惠金融能缓解农村家庭金融脆弱性吗?[J].中南财经政法大学学报,2021(4):133-144.
- [46] 高贵现.中国数字乡村建设水平测度、动态演化及收敛特征[J].统计与决策,2024(20):119-124.
- [47] IQBAL T,SAMARAJIVA R.Who's got the phone? Gender and the use of the telephone at the bottom of the pyramid[J].New media&society,2010,12(4):549-566.
- [48] 严励,邱理.从网络传播的阶层分化到自媒体时代的文化壁垒——数字鸿沟发展形态的演变与影响[J].新闻爱好者,2014(6):46-49.
- [49] 王伟新,王晨光,殷徐康.回不去的家乡:数字经济发展、就业质量与农民工返乡意愿[J].广西师范大学学报(哲学社会科学版),2024,60(6):30-45.
- [50] 陈华,杨铖.商业保险、流动性约束与家庭风险金融资产选择[J].投资研究,2021(7):4-20.

- [51] 巴曙松,热万·托合达尔,齐雪莹,等.个人养老金制度参与意愿的影响因素分析——基于结构方程模型[J].社会保障研究,2024(1):3-17.

Research on the Impact of Socioeconomic Status Perception on Rural Residents' Participation in Commercial Insurance in the Digital Economy Era

XIANG Yunhua, HUANG Rong

Abstract Commercial insurance plays an important role in participating in a multi-level social security system and providing high-quality elderly care services. Based on data from the 2018 China Comprehensive Social Survey, this paper constructs a Probit regression model to examine the impact of socioeconomic status perception on rural residents' participation in commercial insurance in the digital economy era. The results indicate that socioeconomic status perception positively influences rural residents' participation in commercial insurance and this finding remains robust after conducting robustness tests. In the era of the digital economy, socioeconomic status perception can affect rural residents' participation in commercial insurance through Internet integration. Further research indicates that socioeconomic status perception notably enhances commercial insurance participation among rural residents in regions with advanced digital rural development. When information carriers exist and the Internet serves as the primary information sources, the promoting effect of socioeconomic status perception on rural residents' participation in commercial insurance becomes more pronounced. Based on this analysis, the following policy recommendations are proposed: enhancing commercial insurance promotion models that address socioeconomic status disparities, establishing risk compensation mechanism related to commercial insurance, narrowing the gap in digital rural development to facilitate the internet information integration for rural residents, fully utilizing information carriers to disseminate effective commercial insurance information, thereby encouraging rural residents' participation in commercial insurance.

Key words digital economy; socioeconomic status perceptions; internet integration; rural residents' participation in commercial insurance

(责任编辑:王 薇)