

假日经济效应有点假

曹正清, 龚芳, 黄汉铤, 邹伟

(中山大学港澳珠江三角洲研究中心, 广东 广州, 510275)

摘要: 假日经济 的诞生, 一定程度上刺激了需求, 活跃了市场。但是, 作为近年来产生的新经济现象, 假日经济 也存在着相应的误区, 由于 假日经济 具有 排浪式 的特征和 替代效应 , 因而其对居民消费的总影响是不确定的。如何理解假日经济的作用, 成为摆在我们面前的一个课题。本文运用数学模型和消费者行为约束理论, 对假日经济从微观和宏观上作了理论上的分析。

关键词: 假日经济效应; 消费平移; 替代效应; 消费约束

引言

假日经济, 又称为 节假日经济 或 假日消费经济, 是国务院 1999 年通过修订《全国年节及纪念日放假办法》, 以上移下借方式形成了春节、五一 节和国庆节三个黄金长假期之后, 在我国消费领域出现的一种新现象。从 假日经济 的本质来看, 它属于一种消费行为, 最突出地表现是在特定的时间内集中进行消费。

假日经济的成因, 简单地说, 就是市场上大量拥有可自由支配资金的潜在消费者被假日的某些诱因激发后变成了现实的消费者, 大量闲置资金通过消费活动流动到了市场上。近年来, 假日消费已成为推动我国经济建设和市场繁荣的一个亮点。而在各种假日消费中, 增长最快、拓展空间潜力最大的当属旅游消费; 而且由于其对交通、民航、服务、餐饮酒店、购物、文化娱乐等众多行业的关联带动, 使得旅游经济不仅是假日经济的重要组成部分, 还在假日经济的发展中起着先导作用。

从宏观层面上看, 假日经济 在一定程度上刺激了需求, 活跃了市场, 增加了就业, 繁荣了经济, 推动了服务业等第三产业的发展, 有利于我国继续推行扩大内需和加快产业结构调整等宏观经济政策的落实, 形成了所谓的 假日经济 效应。但是, 中国的 假日经济 远没有人们所预料的那样有效, 它具有 排浪式 的特征, 集中来, 集中走。在收入和其他情况既定的情形下, 消费者在不同的消费时间存在 替代效应, 所以消费扩张的总体不一定得到体现。统计资料表明, 作为假日经济的热门消费品——旅游, 开始实行 黄金周的 2000 年、2001 年及 2002 年的国内旅游总收入绝对年均增长值要比没有实行 黄金周的 1997 年、1998 年底(如表一所示)。那么, 假日经济对总消费及个人消费的影响作用究竟是怎样的呢? 国家经贸委的赵晓博士对假日经济扩大了消费的观点提出了质疑, 认为假日消费的上升将以假日后消费的下降为代价^①。本文运用数学模型和消费者行为约束理论, 对假日经济从微观和宏观上作了理论上的分析。

^①赵晓. 假日经济没有扩大消费总量. 文汇报, 20000904

表一 1997 1998 年与 2000 2002 年国内旅游经济增长比较

年份		旅游人数年增长		旅游收入年增长		人均花费年增长	
		年均增长	年均增率	年均增量	年均增率	年均增量	年均增率
		(亿人次)	(%)	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)
1997	1998	0.28	4.29	376.5	21.6	44.5	16.5
2000	2002	0.33	4.42	378.0	10.4	27.5	6.8

资料来源:国家旅游局和国家统计局公布的中国旅游统计资料

一、假日经济与居民消费微观分析

(一) 对需求的心理动机分析

人类的行为千奇百怪,心理学家都在试图找到一种可靠的理论来从实质上解释人类的所有行为,解释为什么会有衣食住行的需求,为什么会有休闲娱乐的需求,以及为什么要先解决衣食住行,再解决社交等等高层次的需求等等。其中美国著名心理学家马斯洛 (Abraham Harold Maslow) 于 1943 年在《人类动机理论》一书中提出了 需求层次七级论 , 他系统地提出了人类需要的七级层次 塔 型模式,即低阶段需求、生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求、知识美的需求、自我实现的需求,在每层中,动机都得以具体化,各种行为都找到了心理动机的基础。在马斯洛的 塔 型模式中,低阶段需求生理需求都属于低层次的需求,顺着塔型向上,需求层次依次上升,自我实现是最高层次的需求。在马斯洛看来,只有当低层次的需求得到满足之后,高层次的需求才能到来。同时他还提醒人们不要拘泥地理解诸需要的顺序。他认为绝大多数人基本需要都部分地得到满足,但仍有几种基本需求还没有得到满足。正是这些尚未得到的满足能强烈的左右人的行为。也就是说只有当人们的经济收入水平在满足了基本生活支出,解决了温饱之后仍有剩余时,才会要求有更高的物质生活水平。而一定的收入剩余加上各种食品、服装、日用品、耐用品等商品的极大丰富满足了人们在这一层次的欲望。随之,其他尚未得到的满足、更高层次的需求才会进入他的消费领域。例如休闲娱乐,它显然不是一个人的基本生活范畴之内的内容,是属于更高层次的需求。也就是说当经济收入提高到一定水平时,对于休闲娱乐这种高层次的需求将会随之而来。

(二) 闲暇的需求曲线

人的一天只有 24 小时,不是工作就是闲暇(睡眠、家务、娱乐、学习等等)。工作有收入,闲暇有乐趣,两者都能带来满足。当收入发生变化时,选择合适的闲暇来达到效用的最大化。因此,可以运用消费选择的无差异曲线分析进行闲暇与工作的最优决策。

将货币收入 I 当作价格为 1 的产品 Y (工作时间 工作率),将闲暇时间 H 当作产品 X (24 小时 - 工作时间),便可以构成闲暇与工作的无差异曲线。将工资率作为斜率,便可以构成收入与闲暇的预算线。根据既定的无差异曲线,必定可以找到一条满足最大的无差异曲线,如图 1-1 中的切点,是闲暇与工作的均衡,它决定作为劳动者的家庭在闲暇与工作之间的选择。随着工作率的变动而形成的价格消费曲线 PCC,构成所有选择点的轨迹。

1.工资变动的收入效应和替代效应

如同产品价格变动一样,劳动价格 工资率变动也具有收入效应和替代效应：

(1) 工资率提高,意味着生活水平提高,假如闲暇为正常品,劳动者倾向于增加闲暇时间,减少工作时间。这就是收入效应,闲暇与工资率正向变动。

(2) 工资率提高，也意味着闲暇与劳动的相对价格发生变动 闲暇价格更贵，劳动者倾向于以工作替代闲暇，减少闲暇时间，增加工作时间。这就是替代效应，闲暇与工资率反向变动。

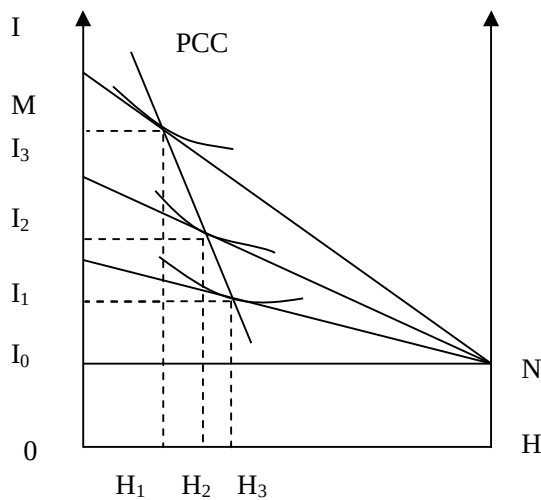


图 1-1 工作与休闲的均衡

2. S 形的闲暇需求曲线

根据工资变动的收入效应和替代效应所得到的总效应，在其他因素不变的条件下，以工资率 w 作为纵轴，以 闲暇时间 L 作为横轴，从图 1-1 可以得到图 1-2 具有 S 形的闲暇需求曲线。

I 当工资水平很低时，闲暇需求曲线往往具有正的斜率，如图闲暇需求曲线的 DF 段。为了维持生存，需要起码的最低收入。为此，工资愈低，工作时间愈多，才能达到维持生存的最低收入水平，一天工作时间非常长。如果工资提高一点，就会减少一些工作时间，以保证必要的休息。这时，不是不想，而是根本没有财力，精力来消费，闲暇时间主要用于睡眠。

II 当工资达到一定水平后，闲暇需求曲线一般具有负的斜率，如图闲暇需求曲线的 FG 段。有人原来觉得工资不高，不值得的去加班，因为工作需要上班成本，往往得不偿失。但是随着工资的提高，加班和工作便是有利可图。这时，闲暇便随着工资的提高而减少，以收入最大化为目标。

III 当工资水平很高时，闲暇需求曲线又可能具有正的斜率，如图闲暇需求曲线的 GJ 段。不是以收入最大化为目标，只求一定的物质享受，但求较多的闲暇娱乐，那么，当工资提的很高时，人们为保持同一生活水平，只需要工作较少的时间。也就是闲暇的需求将随着工资的提高而增加。

由图形看出，闲暇的需求曲线具有 S 形的特征。也就是说，随着劳动生产率的大幅度提高，经济不断发展，居民收入日益提高，劳动时间，闲暇需求时间都在不断变化。这是因为人们用相对少的时间可创造出更多的产品，使人们有更多的闲暇时间可以支配。只有人们拥有较为充裕的闲暇时间才可能使许多人开始利用闲暇时间从事休闲活动。我们不可能设想，当一个人每天忙碌尚且不能满足自己的基本生存需要时，还有什么时间什么财力去从事休闲活动？

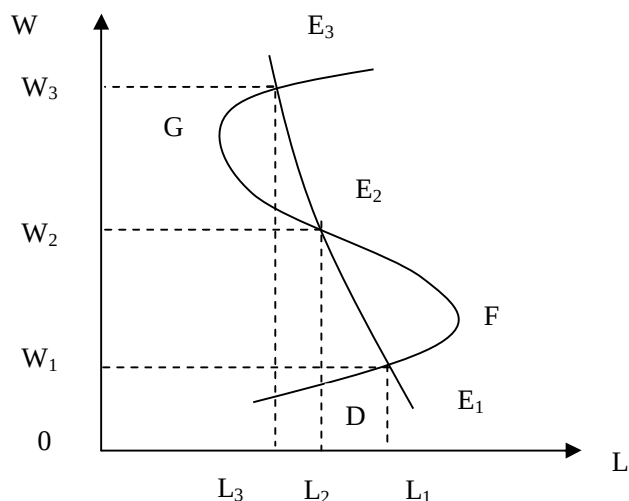


图 1-2 S 形闲暇的需求曲线

(三) 我国的情况

1978 年以前我国经济发展缓慢，居民工资非常低，年平均货币工资仅有 615 元，物质生活水平极其低下。为了维持生活，达到最低的收入水平，工资愈低，需要工作的时间愈多，一天工作时间非常长。这种情况下，如果工资提高一点，就会减少一些工作时间，以保证必要的休息。这时闲暇时间主要用于睡眠，没有更高层次的休闲活动。改革开放以后，我国经济迅速发展，工人工资增长迅速，居民经济收入水平提高，物质生活水平明显提高。特别是近些年来，居民平均工资水平的增长迅速，如表 1-1 所示，其中 2002 年年平均货币工资达到 12422 元，是 1978 年的 20 倍，较之 2001 年的增长率达到了 14%。同时，在我国产业结构变动中，第三产业发展迅速。这些均表明我国大部分已达到小康生活水平的居民的闲暇需求已进入闲暇需求曲线的第三个阶段，即闲暇需求曲线的 GJ 段，随着工资水平的上升，闲暇需求曲线向右上方倾斜，不再是以收入最大化为目标，只求一定的物质享受，但求较多的闲暇娱乐，人们为保持某一生活水平，只需要工作较少的时间，人们愿意享受更多的闲暇。再加上 1998 年每日、每周工作时间制度的改革，以及法定节假日的确定，人们可以享受到的闲暇也越来越多，如表 1-2 所示，居民每日、每周闲暇时间越来越多，节假日也越来越多，带薪休假在有些地方也部分得以实现。只有当人们拥有一定的闲暇时间，同时拥有相当的经济收入水平，在收入总构成中可自由支配的收入明显增长时，才可能使人们从事休闲消费活动。然而在我国还存在很大一部分居民处于相对贫困的生活中，例如众多的下岗职工，月救济金仅有几百元。对于他们而言，他们处于闲暇需求曲线的 FG 段，工资增加愿意得到的闲暇时间减少，宁愿加班工作，赚得更多的收入，享受到更好的物质生活。当有一定的收入剩余时，就去购买生活商品。

表 1-1 职工平均货币工资 (Average Money Wage of Staff)

年份 项目	1978 年	1989 年	1990 年	1995 年	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年
平均 货币 工资	615 元	1935 元	2140 元	5500 元	6470 元	7479 元	8346 元	9371 元	10870 元	12422 元

资料来源：《2003 年中国统计年鉴》

表 1-2

	98 年以前	98 年以后
每日闲暇时间	8— 小时	5 小时
每周闲暇时间	六日 /周	五日 /周
节假日闲暇时间	春节 元旦 “五一”	“十一”
带薪闲暇时间		
其他 (退休者)		

结合到休闲消费,当居民收入达到一定程度时,闲暇增加,而闲暇中的休闲消费也增加,即休闲消费与闲暇之间有着正相关性。假设休闲消费量为 C ,某时期的可支配剩余收入为 Y ,闲暇时间为 T ,则有 $C=f(Y, T)$, $C'_{|Y>0}$,即是由表 1-2 我们也可以看到,特别是在今年来我国往往把春节、五一、十一 节日休假与临近的两个双休日合并起来,是这几个节日的休假每个可以达到 7 天,从而使全国居民有了一个重要的比较集中的休闲时间。有较多收入剩余的居民往往共同选择在这个集中时间段去尽情享受,休闲、娱乐、旅游等等。同时,在这几个节假日商家往往会进行大型的商品促销活动,商品价格会有较大幅度的下降,对于不是很富裕的普通居民来说,这是购买各种商品,特别是家电产品的最好时机。因此,大家预期到这个价格的下降,同时又有长时期的集中闲暇时间可以挑选选择,于是大家都把平时也可以购买的商品选择在这几天去购买。所有这些都大大促进了这几天的较富居民的休闲消费和普通居民的商品消费,各个旅游景点人满为患,商店销售火爆,从而形成了“假日经济”、“黄金周”这一特殊的经济现象。事实表明,在这几个特殊的集中的时间段内全国的总消费量(休闲消费、商品消费)确实急剧上升。单单从全国旅游行业中 1990 年与 2001 年的全国国内旅游的情况变化中就可可见一斑。

全国旅游行业 1990 年与 2001 年的全国国内旅游收入以及旅游入次数见表 1-3,在表 1-3 中的展示及比较中,可以得到以下几点:

- (1) 2001 年全年较之 1990 年全年,全国国内旅游收入及入次数都大幅度上升。
- (2) 1990 年全年中全国国内旅游收入及入次数平滑,不存在某个特别时期有异常情况发生。
- (3) 2001 年在三个“黄金周”旅游收入占全年总收入的 21%,旅游入次数占全年的 23%。“黄金周”内每周旅游收入基本达到了全年月平均收入,旅游入次数也一样基本达到了全年月平均入次数。

表 1—3 全国旅游行业 1990 年与 2001 年的全国国内旅游收入以及旅游入次数

项目 年份	全国国内 旅游收入 (亿元人民币)	全国国内旅 游入次数 (亿人次)	三个黄金周内全 国国内旅游收入 (亿元人民币)	三个黄金周内全国 国内旅游入次数 (亿人次)
1990 年	170	2.8		
2001 年	3522.37	7.84	736	1.83
项目 年份	全年月平均国 内旅游收入 (亿元人民币)	全年月平均国 内旅游入次数 (亿人次)	三个黄金周内每 周国内旅游收入 (亿元人民币)	三个黄金周内每周 国内旅游入次数 (亿人次)
1990 年	14.17	0.233		
2001 年	293.53	0.653	245.33	0.61

资料来源：《2001 年中国旅游业统计公报》

然而,虽然 2001 年以及近几年来各个节假日期间生活消费品消费量都有大幅度的上升,较十几年前年总消费量也成倍增长,据此我们难以判断说这是假日经济的作用。假日经济是否拉动了内需?在长期看来,我们是持怀疑态度的,理性的消费者是不会因为假日消费的诱惑而改变自己长期的消费倾向,不会不顾自己的未来!

二、 假日经济与居民消费的宏观分析

前面已经阐释了假日经济产生的微观基础,但是正如有了地基并不能立即有住房一样,假日经济的微观基础并不能立刻得到居民的消费行为。尽管越来越多居民选择了休闲,但是对休闲的偏好分析并不能代替对休闲本身的说明。一部分人可能旅游休闲,另一部分人可能购物休闲,还有一部分人则可能运动休闲等等。因而对休闲本身的分析就是对消费需求的分析。而居民消费的分析则是分析假日经济对消费行为影响的前提。

(一) 对我国居民消费研究概述

目前,对我国居民消费的研究主要采用如下两种思路:一是从居民消费的行为方式出发来研究影响居民消费的各种因素,进而得到居民的消费与其影响因素间的某种关系,从而以此来说明居民的消费。另一种思路则是从收入分配和居民消费的关系出发来研究。我们认为,研究居民的消费必须从考察个体的消费行为方式出发,但不同的收入个体确实有不同的消费

行为。那种常用的把消费作为一个同质的典型消费者，进而由一个典型的消费者行为来推知整个消费的方法在转轨时期的我国经济是不合适的。首要的就在于我国不同收入群体的消费行为差异十分显著。不能说由于天天喝牛奶所得到的消费者偏好的降低就得出中国居民不偏好牛奶的结论。既然一个典型消费者并非处处都典型，那么根据不同收入群体来分别分析其相应的消费者行为就是自然的。

但正如我们比较两个人的不同特点时就不能忽视他们的相同点一样，我们对收入不同群体的消费行为进行分析比较时就不能忽视不同消费群体的共同点。而事实上他们的差异性正是在他们的相同点上展开的。下面就给出我们分析框架中所采用的消费者的一些假定。

（二）消费者的假定

1.认为，居民的消费可分作必需消费、现实消费和超前消费。用公式表示为：

$$C=C_N+C_R+C_A$$

其中，C：总消费； C_N ：必需消费； C_R ：现实消费； C_A ：超前消费

必需消费（ C_N ）：指维持生存所必需进行的消费，这里的生存指生命的存在和自身标志的存在

现实消费（ C_R ）：指有一定购买力的前提，以最强烈的愿望迫切希望实现的消费，由此可知， C_R 是消费者的消费倾向主要决定因素

超前消费（ C_A ）：指消费者有消费欲望，但当前又没有消费能力进行的消费

2.一般情况下，只有当 C_N 得以保证的前提下，消费者才进行 C_R 的消费，而只有当 C_R 得以满足的条件下，消费者才会考虑 C_A 的消费

3.当在特殊情形下，一旦消费者能够或预期到能保证 C_R 时，如能够获得信贷，即使不具有 C_A 的能力，但消费者还是有可能进行 C_A 的消费。而且超前消费的吸引力足够强的话，消费者进行 C_A 的可能性就大增。

4.由于攀比效应和示范效应，随收入的增加，超前消费 C_A 的吸引力会越来越大。

5.我们假定不同的收入群体对应不同的 C_N ， C_R ， C_A 。而且对不同的消费群体的三种消费都可以用特定的消费品组合来标识。

6.假如经济中的消费可分为商品消费和文化消费。商品消费指有形物品的消费，而文化消费则指有形商品以外的消费。

（三）居民消费与收入分配

如前所述，不同收入群体消费行为的异质性决定了消费分析的前提是对消费群体的划分。我们按居民收入由低到高将消费者分为以下五类：

贫困阶层：主要指农村贫困人口和贫困地区的人口以及下岗失业人口。其 C_N 同时也是其 C_R 以食物代表。

温饱阶层：主要指一般农民，由于收入较低，其 C_N 以食物代表， C_R 以衣服家电代表

小康阶层：主要指城市居民，包括富裕的农民，其 C_N 以食物，衣服，家电代表， C_R 以

一般住房为代表。

富裕阶层：主要指从事服务业，有技术专长的城市居民，其 C_N 以食物，衣服，家电和一般住房代表。其 C_R 以家用汽车和高级住房为代表。

超富裕阶层：主要指私人企业的所有者和外企高级管理者。其 C_N 为食物，高级住房等， C_R 为文化和第三产业， C_A 为新产品。

可将消费者群体类别和其相应的必需消费，现实消费和超前消费列表如下：

	食物衣服	家电	一般住房	高级住房汽车	文化及第三产业	新产品
贫困阶层	C_N, C_R	C_A				
温饱阶层	C_N	C_R	C_A			
小康阶层	C_N	C_N	C_R	C_A		
富裕阶层	C_N	C_N	C_N	C_R	C_A	
超富裕阶层	C_N	C_N	C_N	C_N	C_R	C_A

（四）不确定性和流动性约束

不确定性和流动性约束是转轨时期制约我国居民消费者行为的重要因素。居民消费所面临的不确定性主要在于居民收入与支出的预期地不确定性。造成这种不确定性的既有市场经济本身如通货膨胀，失业等不确定性因素，又有来自经济运行制度因素，如住房制度，社会保障制度，医疗制度以及教育制度等的集中出台，而短期内又不能彻底执行。除了上述因素外，中国已进入老年化时代，老年人的医疗支出更加加强了居民对未来支出预期的不确定性，因此，转轨时期，我国居民面临着较为严重的不确定性。

除了不确定性外，我国居民消费还同时面临着很强的流动性约束。我国居民的低收入水平和信贷市场的不完善是造成流动性约束的主要因素。一方面，较低的人均收入与较强的不确定性必然使得我国居民的信贷需求不旺。另一方面，信贷市场的不完善必然使得银行以严格信贷条件，高信贷利率，高信贷进入壁垒，限定信贷额度和期限等手段来化解银行的风险。这就必然导致信贷供给紧缩。由于信贷供给与需求的交互作用，我国居民消费又不得不面临严重的流动性约束。尽管整个消费环境充满着不确定性和流动性约束，但不同消费群体面临着的不确定性和流动性约束是不同的。我们认为，随着收入的提高，个人在市场经济中的不可预期风险将降低。而且高收入群体进行消费信贷要比低收入群体要容易。因而低收入者不仅面临较严重的不确定性，同时还面临较严重的流动性约束。但随着收入的增加，不确定性和流动性约束的程度将减弱。

（五）不同收入群体的消费行为

在 2.1 节，我们已经说过，只有对不同收入群体的消费行为进行分别分析，才能够有中国居民消费行为的了解。本节就来分析不同收入群体的消费行为。

1 低收入者的消费行为

低收入者，这里包括贫困阶层，温饱阶层和小康阶层。由于温饱阶层和小康阶层的人数占了全国总人数的大部分，因而他们的消费行为是中国居民消费行为的主体。本文将重点研究他们的消费行为。

处于贫困阶层的居民，由于收入较低，因而他们就只有把他们的绝大部分收入用于其 C_N 消费。因此他们的消费倾向将是最高的，几乎接近 1。

而对于温饱阶层和小康阶层的居民来说，除了必需消费 C_N 外，还有现实消费 C_R ，因而他们的决策就在于满足 C_N 外，如何将其收入用于 C_R 而得其最大化效用。显然，他们的消费决策还是最大化效用问题。但与高收入者不同的是，低收入者决策是面临着严重的不确定性和流动性约束。正如叶海云指出的，低收入群体的居民对比较远的信息了解不够或难以获得，做决策时就只有依据当期收入与已有的流动性资产以及最近的可预测的未来收入。因此在流动性约束和不确定性经济中，消费者不可能均匀地消费一生的收入和财富。低收入消费者的消费决策就具有明显的阶段性特征。也就是说低收入者的消费行为表现为一种 短视消费行为。(1999.罗默)

2 低收入者的 短视 消费分析

短视 消费行为时，消费者的最优化问题可变为一个两期消费决策问题。 T_0 期的消费和储蓄， T_1 期的消费

假定消费者的效用具有可加性，而且效用函数在近期内不改变。同时消费者不能获得信贷。这样 短视 消费决策可以用数学表达为：

$$\text{Max } E_0(U(C_0, G)) = U(C_0) + E_0(U(G))/1+p \quad (1)$$

$$\text{S.T } C_0 + G/(1+r) = A + y_0 + (y_1 - R^*) \quad (2)$$

$$G \leq A + y_0 \quad (3)$$

其中： $E_0(\cdot)$ 表示在 0期信息已知下的条件期望。 $U(\cdot)$ 为效用函数， r 为利率， p 为贴现率

A : 0期财富， y_0 : 0期收入， y_1 : 1期收入， R^* : 储蓄目标

$$\text{可解得上述优化的欧拉方程为: } E_0(U'(G)) = (1+p)U'(C_0)/(1+r) \quad (4)$$

$$\text{如果 } p=r, \text{ 则有 } E_0(U'(G)) = U'(C_0) \quad (5)$$

假设 $U(G) = C^{1-\theta}/(1-\theta)$ 其中 $0 < \theta < 1$

$$\text{则 } E_0(C^{1-\theta}) = C_0^{1-\theta} \quad (6)$$

将 (6) 式两边用泰勒级数展开，并省略高阶项可得：

$$C_0 - G \ln C_0 (1+\theta) = E_0(C - G \ln C (1+\theta)) \quad (7)$$

因为 $\ln C = \ln C_0 + \ln(1+(C - C_0)/C_0)$

所以 $\ln C = \ln C_0 + (C - C_0)/C_0$

$$\text{所以 } G \ln C = G_0 (\ln C_0 - 1) + G^2/C_0 \quad (8)$$

将 (8) 式代入 (7) 式得：

$$E_0(C - G \ln C (1+\theta)) = (\alpha + \theta - (1+\theta) \ln C_0) E(G) - (1+\theta) E(G^2) \quad (9)$$

由 (7) 与 (9) 式可得：

$$C_0 - (1+\theta) G_0 \ln C_0 = (\alpha + \theta - (1+\theta) \ln C_0) E(G) - (1+\theta) E(G^2)/C_0 \quad (10)$$

将 (10) 两边同除以 G_0 并整理可得：

$$(1+\theta) E_0 (G - G_0 / G_0)^2 + E_0 (G - G_0 / G_0) \theta = -(1+\theta) \ln G_0 E_0 (G - G_0 / G_0) \quad (11)$$

由方差公式可得：

$$(1+\theta) (E_0^2 (G - G_0 / G_0) + \text{Var}(G - G_0 / G_0)) = -(\theta + (1+\theta) \ln G_0) E_0 (G - G_0 / G_0) \quad (12)$$

省略去平方项可得：

$$\text{Var}(G - G_0 / G_0) = -((\theta / (1+\theta)) + \ln G_0) E_0 (G - G_0 / G_0) \quad (13)$$

由 (13) 式可知，如果存在不确定性和流动性约束，则必有 $G < G_0$ ，可知居民将要进行预防性储蓄。令 $\delta = \text{Var}(G - G_0 / G_0)$ ，可知 δ 代表了支出的不确定性大小

$$\text{由 (13) 式可得：} \delta = ((\theta / (1+\theta)) + \ln G_0) E_0 (G_0 - G / G_0) \quad (14)$$

$$\text{再令 } \xi = (\theta / (1+\theta)) + \ln G_0$$

$$\text{由 (14) 可得 } E_0 G = (1 - (\delta / \xi)) G_0 \quad (15)$$

$$\text{又由 (2) 可得：} G_0 + (E_0 G / (1+r)) = A_0 + y_0 + ((E_0 y_1 - R^*) / (1+r)) \quad (16)$$

$$\text{由 (15) (16) 可得：} G_0 (\alpha + r - (\delta / \xi)) / (1+r) = A_0 + y_0 + (E_0 (y_1) - R^*) / (1+r) \quad (17)$$

由 (17) 式可知，当期消费与收入与支出的不确定性均有关。(17) 的左边表示消费者的总消费的现值，而右边表示消费者的收入现值。由前边的分析可知，消费者的收入与不确定性是负相关的。因而不妨设 $E_0 (y_1) = f(\delta)$ ：

$$\text{令 } f_1 = G_0 (\alpha + r - (\delta / \xi)) / (1+r) \quad f_2 = A_0 + y_0 + (E_0 (y_1) - R^*) / (1+r)$$

可画出总消费与总收入间不确定性 δ 的图形，表示如下：

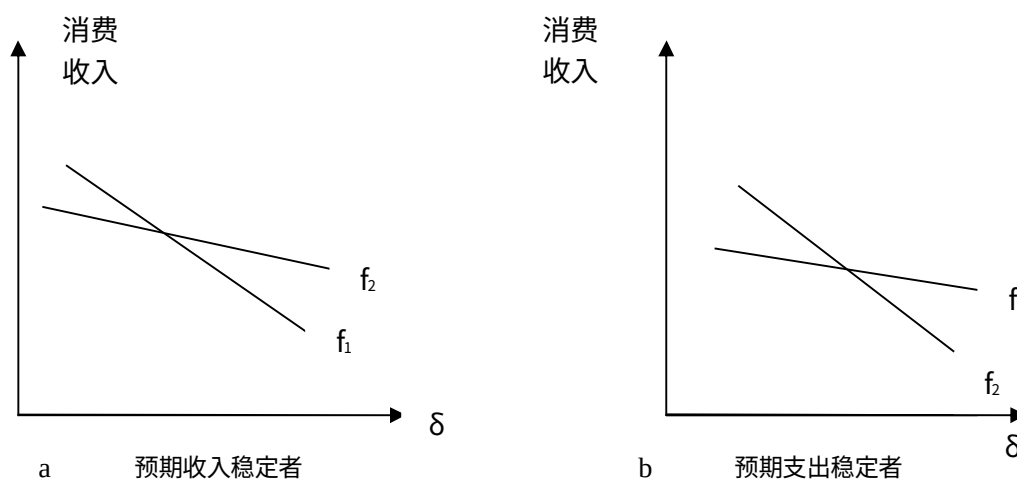


图 2-1 总消费与总收入间不确定性 δ 的示意图

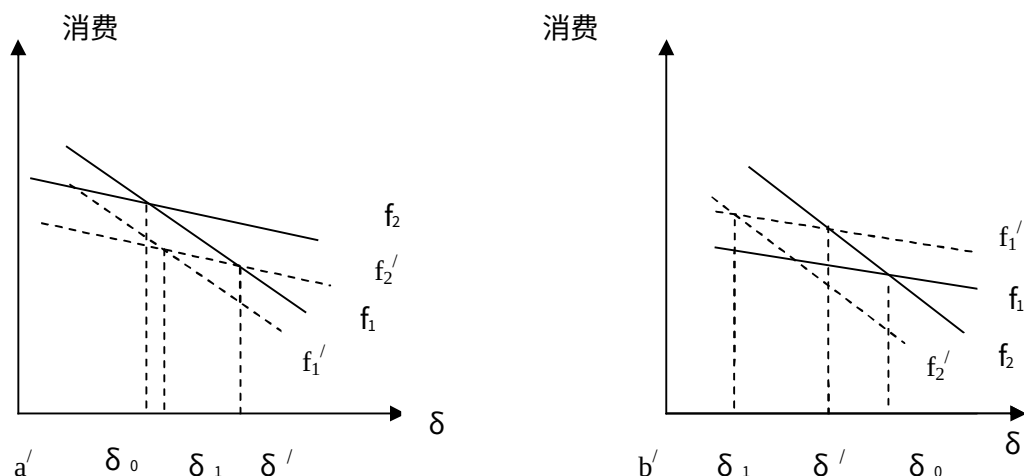


图 2-1 总消费与总收入间不确定性 δ 的示意图

对于 a 图，随着不确定性 δ 的增加，则他们的预期支出的下降将大于预期收入的下降，也就是说不确定性和流动性约束对 a 图消费者的支出的预期的影响要大于对收入预期的影响。

对于 b 图：随着不确定性的增加，预期支出的下降量将小于其预期收入的下降量，也就是不确定性和流动性约束对他的支出预期的作用要小于其收入的预期。我们可以称前者为预期收入稳定者，称后者为预期支出稳定者。因为当同样的储蓄目标 R^* 改变时，预期收入稳定者的消费支出改变就应当大于预期支出稳定者。

由 a 图可见，预期收入稳定者已通过缩减当前消费来进行应对未来的不确定性。

由 b 图可见，预期支出稳定者是通过增加当前消费来进行应对未来的不确定性。这种情况的出现或者是由于收入极低，或者是由于不确定性太高。在我们的分析中，认为这种情况的出现是不普遍的。因而我们的分析主要基于预期收入稳定者来进行。

3 高收入阶层的消费决策分析

高收入阶层包括富裕阶层和超富裕阶层。高收入者由于面临着较低的不确定性和流动性约束，所以他们的消费决策可以用一生的时间跨度来规划。因而他们的消费行为不属于短视行为，而应当使用现代消费理论来对考察。由于

$$Y = C + S \quad (18)$$

因此研究消费行为可以在收入确定的条件下对等地研究储蓄行为来达到。一个居民的储蓄直接取决于储蓄动机。现代消费理论认为，居民的储蓄动机主要有三种，分别是周期性动机，预防性动机和遗赠性动机。相应地居民的储蓄可以分为周期性储蓄，预防性储蓄和遗赠性储蓄。用公式表示为：

$$S = S_1 + S_2 + S_3$$

S ：总储蓄 S_1 ：周期性储蓄 S_2 ：预防性储蓄 S_3 ：遗赠性储蓄

我们假定三种储蓄是可以从总储蓄中分割出来的，而且三种储蓄是独立决策的。因此，总的储蓄倾向就应当为三种储蓄倾向之和，所以有：

$$S_U = S_{U1} + S_{U2} + S_{U3}$$

(1) 预防性储蓄

由于预防性储蓄是由于预防性动机而导致的储蓄，如果不确定性增加，则预防性储蓄也增加。同时，收入的增加，消费面临的不确定性将降低。因此，一般地说，预防性储蓄倾向与收入成反向关系。用数字表达为 $ds_{u2}/dy < 0$ 。同时我们认为，由于低收入者对预防性储蓄要比高收入者敏感的多，因而同样的收入增加所带来的储蓄倾向的降低程度，低收入者要大于高收入者，用数字表达为 $d^2s_{u2}/dy^2 > 0$ ，因此我们可以画出预防性储蓄倾向 S_{U2} 随收入的关系图：

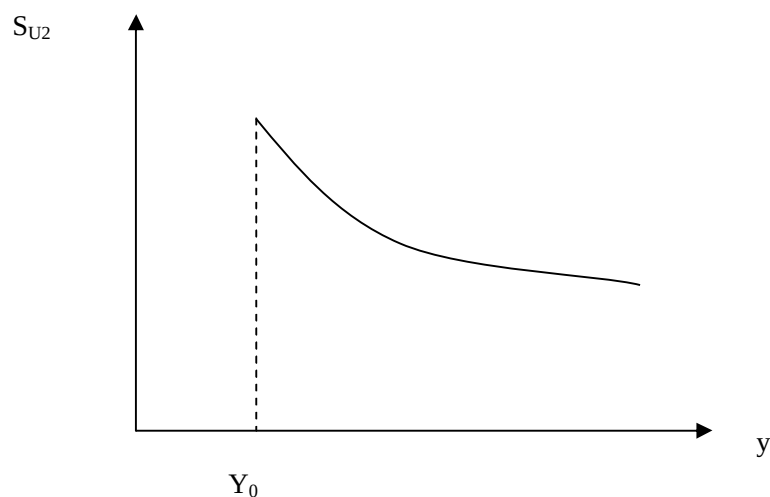


图 2-2 预防性储蓄倾向 S_{U2} 随收入的关系图

(2) 遗赠性储蓄

现代消费理论认为，遗赠性储蓄倾向与收入成正比，即 $ds_{u3}/dy > 0$ ，由于低收入者对收入增长所带来的效应要比高收入者要敏感得多，在其他条件不变的情况下，同样的收入增量所带来的遗赠储蓄倾向增量，低收入者应当高于高收入者。用数字表达为： $d^2s_{u3}/dy^2 < 0$ 。因此可以画出遗赠性储蓄倾向 S_{U3} 随收入的变化图：

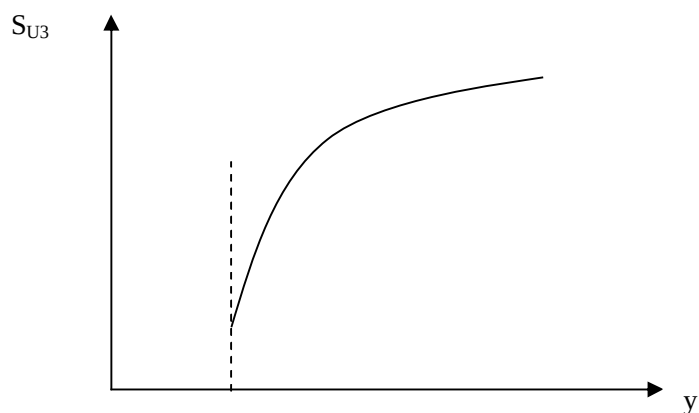


图 2-3 遗赠性储蓄倾向 S_{U3} 随收入的变化图

(3) 总储蓄倾向与收入

现代消费理论认为，周期性储蓄倾向较稳定，因而总的储蓄倾向主要取决于预防性储蓄倾向和遗赠性储蓄倾向。

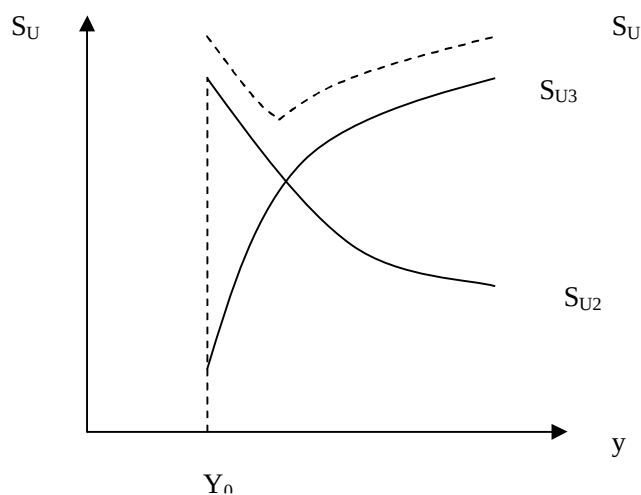


图 2-4 S_u 与 y 的关系图

由于低收入消费者，其占主要地位的是预防性储蓄倾向，而高收入者，其占主要地位的是遗赠性储蓄。因而低收入居民的储蓄倾向随收入的增加而递减，而高收入居民的储蓄倾向随收入的增加而增加。总的储蓄倾向随收入变化趋势如图所示。由图可知，随着收入的增加，储蓄倾向先递减后递增。也即是说处于某个水平的收入群体的储蓄倾向最低。我们认为这个最低储蓄倾向的群体应当处于富裕阶层的底部。因为他们面临的流动性约束和不确定性要小于小康阶层，同时其遗赠性倾向又低于高收入者，顾而他们应当有最低的储蓄倾向。

(4) 消费倾向与收入

因为 $MPC + S_u = 1$

所以 $MPC = 1 - S_u$

因此可将图 2-4 所示的 S_u 与 y 的关系转换为 MPC 与 y 的关系图：

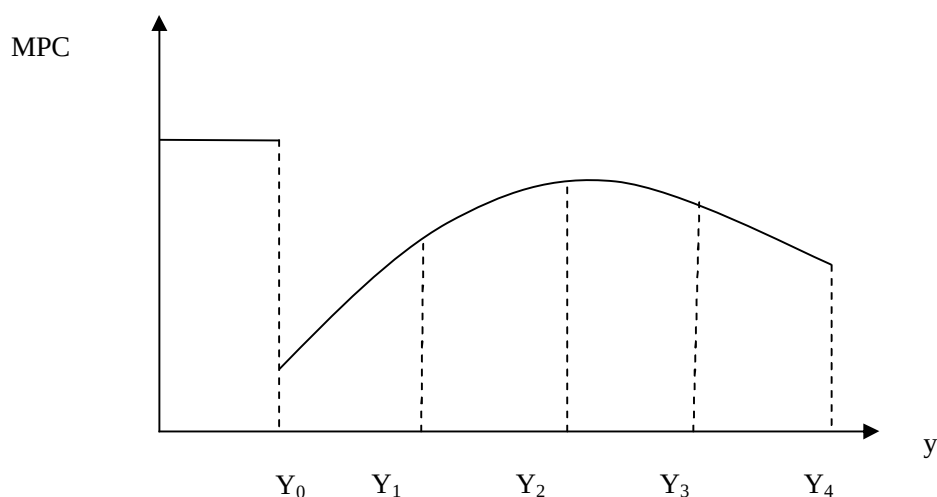


图 2-5 消费倾向与收入关系图

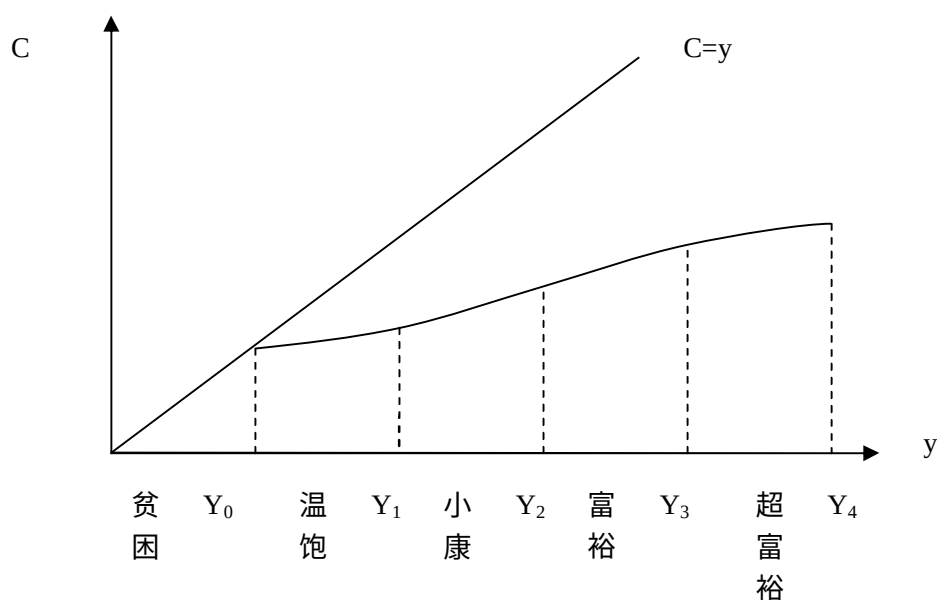


图 2-6 消费与收入关系图

由图可见，对于高收入消费者而言，其消费倾向随着收入的增加而递减。

三、假日经济对总消费的影响

本部分，我们回到本文想要探讨的问题上来。通过前面对不同收入群体的消费行为的分析，我们就能在此基础上探讨假日经济如何影响不同收入群体的消费行为。

根据前面假设 6，居民在假日经济中可供选择的消费方式有两种，一是商品消费，另一种是文化消费。前面我们已经说过，现实消费 C_R 是居民消费行为的最主要决定因素。因而考察假日经济对消费的影响主要地就是讨论其对居民消费中的现实消费的影响。下面就分别就不同收入群体进行展开。

（一）假日经济与贫困阶层

由于贫困阶层的收入极低，他们的必需消费也就是其现实消费，他们的消费倾向很高，但其消费能力有限，他们几乎将所有的收入用于当期消费。故而假日经济对他们的消费行为

影响很小。

（二）假日经济与低收入者

这里的低收入者包括温饱阶层和小康阶层。前面已经分析了他们的消费行为属于短视消费行为。由于假日经济使得温饱阶层和小康阶层的居民有理由预期假日经济中的商品消费将变得丰富和便宜,同时由于中国居民的消费习惯以及示范效应和攀比效应在一定程度上催生了居民集中消费的愿望。所以假日经济在无形中就增加了温饱阶层和小康阶层的储蓄目标。前面分析说明了储蓄目标的改变对预期收入稳定者的消费行为改变要大于对预期支出稳定者的消费行为改变。因此,当考察假日经济对消费行为的作用时。我们仅考察预期收入稳定者。由(17)式和图 2-1a 可知,短期储蓄目标的上升将使得 f_2 下降到 f'_2 ,从而使得当期消费下降。又使得 f_1 下降到 f'_1 ,从而使得当期消费的下降量有所增加,但从总的效果来看,居民的当期消费还是下降了。我们把这种为了提高未来消费而减小当期消费的现象称作消费平移。可见,假日经济对低收入者就可能造成消费平移。消费平移的结果就可能使得总的消费量不一定会增加。

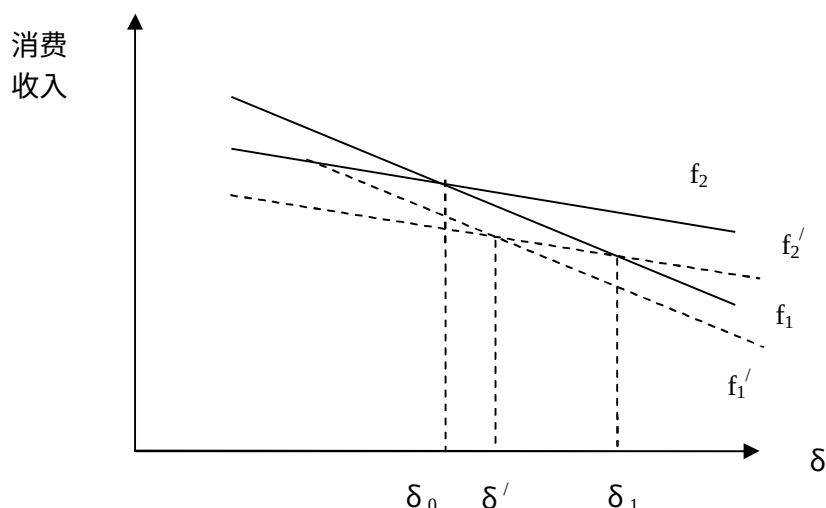


图 2-7 消费平移结果示意图

（三）假日经济与富裕阶层

对于富裕阶层,由于其现实消费决策是以一生平滑消费从而使其总的效用最大化来规划的。在 2.5 节中已经分析了富裕阶层的消费倾向随着收入的增加而降低的趋势。这种趋势当然是由其消费决策制约的。因而在别的经济因素不变的条件下,假日经济就不能对其消费决策有所影响。所以不能指望假日经济会诱发其消费欲望。但是,正如低收入者可能受到消费习惯,示范效应和攀比效应的影响一样,富裕阶层居民也可能受到同样的影响。同时如果他们面临的较小的不确定性和流动性约束变得更小的话,富裕阶层的消费倾向还是有可能在假日经济中有所增加的。而且我们注意到,由于富裕阶层不存在低收入者所有的消费平移,因而如果富裕阶层的消费倾向因假日经济有所提高的话。他们的消费量就应当增加。

然而,即使假日经济使得富裕阶层的消费倾向提高了,整个居民的消费倾向未必提高,原因就在于富裕阶层的人数占总人口的比例是很小的。

（四）假日经济与超富裕阶层

对于超富裕阶层,前面的分析表明该阶层的消费倾向是很低的。由于超富裕阶层的现实消费是文化。因此作为假日经济的一种消费方式的文化消费应当对其最有影响。但不幸的是

由于他们的收入已超过了他们的消费能力，与此同时，超富裕阶层的收入增长又会大于其对文化消费需求的增长。因此他们的消费倾向可能并不会因为假日经济有所增加。

四、结论及政策建议

综合上述分析，我们可以得到：

(1) 假日经济最有可能影响到温饱阶层和小康阶层等低收入者的消费行为。同时也能改变富裕阶层的消费行为。对于贫困阶层和超富裕阶层的影响不大。

(2) 假日经济极有可能使得温饱阶层和小康阶层形成短期储蓄目标，从而使得低收入者消费平移。这就可能使得总消费不会增加。

(3) 在降低不确定性和流动性约束的前提下，富裕阶层会由于消费习惯，示范效应和攀比效应的作用下提高其消费倾向，并有可能进行超前的文化消费。但是由于富裕阶层的人数占总人口的比例较小，他们消费量的增加并不会一定等效于整个居民消费的增加。

由此，我们提出以下政策建议：

不要过多的指望假日经济会成为提高消费的良药，我们认为假日经济无疑于镜中花。事实上，假日经济中的集中消费还会引发诸多负面影响的可能。首先，由于低收入者的消费平移必然会引起经济的波动，再加上集中消费又会加剧生产者与消费者的信息不对称，这不仅会使得生产者将不得不吞下由于不确定性预期而造成的苦果，还会使得消费者不得不忍受福利损失的苦果。

我们认为，要提高居民的消费根本的在于提高低收入者的收入水平，改善收入分配格局，扩大中等收入者的比例。其次降低居民消费所面临的不确定性和流动性约束。最后还应当采取措施平滑居民的消费，而不是采取假日经济等集中消费模式来提高消费。

参考文献

- [1] 陶开宇．假日经济的经济学分析 [J]．旅游经济，2003，(10)：137-138
- [2] 丰广．假日经济模型分析及其开发利用对策 [J]．中国地质大学学报，2003，3(3)：43-46
- [3] 刘纯．旅游心理学 [M]．南开大学出版社，2000．
- [4] 文力．旅游产业 [M]．贵州人民出版社，2004
- [5] 黎诣原，李明志．微观经济分析 [M]．清华大学出版社
- [6] 中国统计年鉴 2003
- [7] 广东省旅游统计年鉴 2002
- [8] 《2001年中国旅游业统计公报》
- [9] 袁志刚，宋铮．城镇居民消费行为变异与我国经济增长 [J]．经济研究，1999，(11)：20-28
- [10] 叶海云．试论流动性约束、短视行为与我国消费需求疲软的关系 [J]．经济研究，2000，(11)：39-44
- [11] 余永定，李军．中国居民消费函数理论与验证 [J]．中国社会科学，2000，(1)

The utility of holiday economy is somewhat false

Cao Zhengqing, Gong Fang, Huang Hanting, Zou Wei

(The Center for study HK, Macao and Pearl River Delta, Sun Yat-San University)

Abstract: Since its naissance, the " holiday economy" has stimulated the demand of consume and activated the market to a certain extent .However, as the new economic phenomenon appeared in recent years, the " holiday economy utility" is somewhat false. Because of the characteristic of "row wave type" and "substitute effect", its total influence on consume is uncertain.How to comprehend the effect of the "holiday economy" is an issue we have to solve.This text applicates mathematic model and the restriction theory of the consumer behavior to discuss the holiday economy from the micro and the macro view .

Keyword: holiday economy utility; Even moving of consume; substitute effect; restriction theory of the consumer behavior