

社會經濟地位與消費型態*

王湘雲 陳寬政 蔡吉源

一、前 言

社會指標 (Social Indicator) 的定義有很多種，但經常使用的一種定義則主張社會指標是一個社會或團體的福利或生活品質 (Quality of Life) 的量度。這個量度可以用來比較不同時期的生活品質，以判定社會變遷的方向，也可以用來測量不同社會的發展程度。雖然社會指標是生活品質的量度，但選擇何種變數做為社會指標以測量生活品質則一向是個困難的問題。即使平均國民所得只是一個經濟指標，但由於經濟學家的提倡，許多人認為平均國民所得 (Per Capita Income) 仍不妨作為社會指標的一種。然而最近 Pyatt (1979: 31) 指出，福利經濟理論通常假定效用 (Utility) 導自消費，而非導自所得。也就是說，儘管消費與所得之間有函數關係，用前者來測度生活品質是比後者更為直接妥當。本文以消費支出為社會指標的一種，檢討消費型態因社會經濟地位 (Socioeconomic Status) 不

*本文承麥朝成教授提供修改意見，行政院主計處慨允使用 1976 年家計調查完整資料，陳美珠小姐協助程式設計及資料處理，姚麗香小姐悉心整理及抄寫文稿，中央研究院資訊所電算中心提供設備及專業服務，特此一併致謝。

同而變異的性質，進而指出社會經濟地位分析對社會指標研究的重要性。

Ramsey (1974) 認為，美國學者提出的社會指標（如 Social Indicators 1976）大都以年齡、性別及種族為區別團體生活型態的依據，而歐洲資料則傾向於社會經濟地位類別（如社會階級、社會團體、或職業等）的考慮。社會經濟地位與社會指標的配合運用可以較深入地描述社會發展的過程，如 Ramsey (1974: 47) 所說，「如果職業分配，各種職業類別的相對位置、生產力、或聲望差異等結構發生變化」，則社會指標應能指出變化的方向與結果。Pyatt (1979: 30-34) 不但認為國民會計制度應以消費為測度生活品質的指數，而且進一步主張以社會經濟地位為分解消費指數的依據。

本文以社會經濟地位與消費型態的關係為分析的主題，先介紹各種有關消費型態的經濟學理論，然後討論所使用的資料及樣本，接著根據資料戶長於調查時的教育程度、所得、就業與否、職業及行業來定義其社會經濟地位。最後，我們使用迴歸分析方法估計並比較社會經濟地位的分組消費函數，期能有助於對消費型態的瞭解，使我們能進一步發展一個有意義的社會指標。

二、理論的討論

1. 消費函數

以經濟學的觀點而言，消費（Consumption）的定義是一戶（Household）對非耐久性財貨及勞務（Non-Durables）的支出，加上耐久財（Durables）當年所提供的服務價值。也就是說，對耐久財（如汽車）的支出不能算是當年的消費支出，但此類耐久財於當年內所提供的服務則屬消費的一種。消費上的支出與其他經濟變數，如所得（Income），財富（Wealth），及生活水準（Standard of Living）等有關，所謂的消費函數（Consumption Function）就是把這些關係用一個等式來表示。在經濟學的理論中，至少有四個有關消費函數的假設，其中之一是 Keynes (1936) 的絕對所得假說（Absolute-Income Hypothesis），包括

以下三項命題：(1)真實消費 (Real Consumption) 是真實所得的一個穩定函數，(2)邊際消費傾向 (MPC) 大於0但小於1，(3)平均消費傾向 (APC) 大於邊際消費傾向，而且因所得增加而降低。如用數學方式來說明，則個人的消費函數關係可以下列等式表示：

$$1. \quad C_t = C_0 + C_1 y_t,$$

C_t 是個別消費者在當年(t)的消費支出額， y_t 是當年的所得額， C_0 是截距 (Intercept)。當 $y_t = 0$ 時， $C_t = C_0$ ，

$$2. \quad C_1 = \frac{\partial C_t}{\partial Y_t} = \text{MPC},$$

$$3. \quad \frac{C_t}{y_t} = \frac{C_0}{y_t} + C_1 = \frac{C_0}{y_t} + \text{MPC} = \text{APC},$$

等式 3 指出，有錢人的平均消費傾向低於窮人的平均消費傾向。換句話說，無論其教育及職業為何，富人都比窮人有較高的平均儲蓄傾向。同時，Keynes 的假設著重短期的靜態分析，而忽視了長期的動態分析。

第二種消費函數係由Duesenberry(1949)提出，稱為相對所得假說 (Relative-Income Hypothesis)。這個假說主張消費者的消費或儲蓄決定於其相對所得的觀念，而非絕對所得。一個消費者的消費支出佔所得之比率是當年所得對其過去的最高所得之比率的函數，則相對所得的消費函數為：

$$4. \quad \frac{C_t}{y_t} = b_0 + b_1 \frac{y_t}{y_t^*},$$

C_t 是當年 (t) 的消費額， y_t 是所得額， y_t^* 為當年以前的所有所得中最高的所得額， b_0 及 b_1 則為此函數關係中的二個係數。由於個人所得 y_t 在個人有生之年 ($t = 0, 1, 2, \dots, T$) 會因商業週期而上下變動，式 4 所表示的平均消費傾向 APC (即 C_t/y_t) 亦因時而不同，而且與個人過去的社會地位有關。如果定義 y_t^* 為一種地位指數，式 4 顯然表示個人消費額與其社會地位間的關係。從Duesenberry的

研究，我們可以取得兩項結論：(1)此種動態分析比絕對所得假說能對消費行為提供較週全的說明，(2)相對所得假說可以充分說明 Kuznets (1946) 的長期資料與 Duesenberry 的短期資料間的差別，但不能說明戰前及戰後消費型態的轉變。

第三種消費函數是 Friedman (1957) 所提出的恒常所得假說 (Permanent Income Hypothesis)，以恒常消費來定義一個消費單位的消費，則消費為恒常所得的函數，其函數關係如下：

$$5 \quad C_p = k(i, w, A) y_p = k(i, w, A) i v,$$

C_p 代表恒常消費， y_p 為恒常所得， i 為利率， w 為財富對恒常所得的比例， v 為財富及才能的總值。 A 表示能影響無異曲綫 (Indifference Curve) 的其他因素，如消費嗜好與習慣、年齡及家庭組成等等。 k 表示恒常所得 y_p 中用做消費的比例，其值因 i ， w ，及 A 值而不同。 w 越高表示消費者愈富有，越不須要保存財產以應不時之需，可以預期富有的消費者有較高的消費額。個人在任一時期的所得 y 及消費 C 可以定義為：

$$6 \quad y = y_p + y_r, \quad C = C_p + C_r,$$

y_r 及 C_r 分別為暫時性的 (Transitory) 所得及消費。恒常所得假說包括下面四項假定：(1) y_p 及 y_r 互不相關，(2) C_p 及 C_r 互不相關，(3) y_r 及 C_r 互不相關，及 (4) y_p 及 C_p 的理論平均值均為零。這些假定中，以第三項最具爭論性。楊雅惠 (1980) 以台灣的資料做實證指出，意外收入常使節省的人們消費增加，所以 y_r 及 C_r 是互相關聯的。

第四種消費函數稱為生命週期假說 (Life-Cycle Hypothesis)，由 Ando 和 Modigliani (1963) 所提出。此一假說主張年齡是決定消費函數的一個重要變數，則消費函數應該具備一個年齡結構。一般而言，個人進入勞力市場最初數年的所得較少，以後則所得與社會地位均因教育、訓練與工作經驗之累積而逐年上升。到年邁退休之際，所得又復次第減少。既然所得因年齡而有變化，可預期個人將其消費量針對目前及未來的所得與財富而做一妥善的安排。例如，個人可能在青壯年時

期多儲蓄，以備老年退休後的醫藥及娛樂所需。一個理性的消費者的平均消費傾向在年齡上呈穩定上升的趨勢，不理性的消費者則傾向於較不規則的變動。由於消費支出可以形成相當穩定的年齡函數，個人的消費函數可以表示為：

$$8 \quad C_t = \alpha v_t, \text{ 而}$$

$$9 \quad v_t = y_t^L + \sum_{i=1}^T \frac{y_t^L}{(1+r)^i} + A_0,$$

α 是一個常數， v_t 是當年 (t) 所計算的一生所可能有的財力與能力總值。 y_t^L 表示當年的勞動所得， y_t^L 則表示於當年勞動所得所預期的未來所得， T 是個人的預期壽命所餘年數， r 是所得折扣率， A_0 為當年的財產淨值。所以，個人的消費函數是：

$$10 \quad C_t = \alpha \left[y_t^L + \sum_{i=1}^T \frac{y_t^L}{(1+r)^i} + A_0 \right].$$

換句話說，個人在任一年 (t) 的消費額與其(1)當年所得 y_t^L ，(2)當年年初財富 A_0 ，及

(3)未來預期所得 $\sum_{i=1}^T \frac{y_t^L}{(1+r)^i}$ 形成綫性函數。

生命週期假說之主要缺點在於它假設當年勞動所得變動會引起預期的未來勞動所得做同一方向的變動。一旦當年勞動所得變動是暫時性的，則此一函數將無法派上用場。

綜觀上述四種消費行為之假說，吾人發現教育年數 (Years of Schooling) 及職業等在消費函數中被忽略了。然而，在所有的消費理論裡，除了絕對所得假說外，都意含社會經濟地位對消費支出的重要性。相對所得假說主張個人消費支出受他過去所曾有的最高所得的影響；而最高所得又與其所曾有的最高社會經濟地位有密切關係。恒常所得假說顯示在決定消費行為時，個人過去累積之人力財富 (Human Wealth) (筆者按，指知識技術等) 與非人力財富 (Nonhuman Wealth)

具有相當影響力。恒常所得與個人一生的地位有關；同時，恒常所得假說主張消費與個人的嗜好、年齡及家庭組織相關。社會學的研究也顯示所有這些變數與社會經濟地位十分吻合。生命週期假說主張消費支出受消費者、財產價值、當年勞動所得及未來預期總勞動所得的影響，這些因素也涉及他的社會經濟地位。事實上，生命週期假說之缺陷是可以修正的，吾人可以假設預期之未來勞動所得取決於消費者當前之社會經濟地位而非當前勞動所得。因為當前社會經濟地位比當前勞動所得在預期未來勞動所得時更穩定，也更可靠，因此增加生命週期假說之價值。然而這些消費理論在建構消費函數時雖曾意含社會經濟地位之重要性，却無一真正將社會經濟地位列為一個變數。此外，這些理論假定同一消費函數可以應用到各種不同的社會經濟地位組群，吾人認為這種假定是很有問題的。

2. 社會經濟地位與消費型態

許多社會學研究曾表示個人之態度、希望及行為常受其同輩或相關組群的人所影響（Sewell and Hauser, 1975）。其中最有名的研究是 Stouffer（1949）針對二次世界大戰中美軍士氣之探討。在他發現實際的研究結果都不能證實他的命題之後，他提出「參考團體」（Reference Group）及「相對剝奪」（Relative Deprivation）兩個概念。例如，他認為受教育較多的人比受教育較少的人更不願被徵召入伍，然而經驗資料却與此主張相反。使用「參考團體」及「相對剝奪」的概念，此一現象乃可理解。因為受教育較少之人之朋輩亦受較少教育，他們大部分可能是生產線上的工人及農人，由於他們的工作在戰爭期間被認為對國家的利益很重要，可免於徵召入伍，所以受教育較少的士兵在將自己與其朋輩相比之下，往往自認為比受教育較多的士兵易受歧視（Stouffer et al., 1949: 127）。同理，我們可預期人們有以自己的生活素質與其朋輩相比較的傾向，而且個人的消費偏好也將強烈地受同一社會經濟地位組群的偏好所影響。

雖然消費函數曾忽視社會經濟地位之重要性，但有些經濟學家已經注意到消費

需求受流行 (Bandwagon)、鄙夷 (Snob)、及范伯倫 (Veblen) 效果的社會性影響 (Leibenstein, 1950)。流行效果指對某物品之需求增加，係因眾人消費該物品。它反應出購買該物品的欲望只是要「與眾相同」，以便與他所希望參與的組群表徵相一致，或跟上「時代潮流」。流行效果通常發生在同一地位組群內。例如，牛仔褲在學生中十分普遍，而進口名牌汽車則為資本家所喜好。

鄙夷效果指對某物品之需求因他人消費同一物品而減少，這反應出消費者想顯示「與眾不同」。鄙夷效果在不同地位組群間發生作用，特別是社會經濟地位較高的消費者對地位低的人所消費的物品所持之態度尤為顯著。結果，這種效果也將增加同一組群內的消費一致性。

范伯倫效果指某些消費物品的需求因價格奇高而增加，被定義為眩示性消費 (Conspicuous Consumption)。眩示性消費意謂著消費者本身之炫耀心理，例如影星往往付極高之價格購買大鑽石以為炫耀。

因此，我們可將消費品區別為由一群社經地位相同的人所消費的地位財 (Status Goods)，及所有不同組群所必需消費的普通財 (Ordinary Goods)。一般而言，同一地位組群的消費者除普通財外，還試圖繼續消費更多的地位財以改善其生活素質。也就是說，消費者在所得及財富之限制下試圖儘力擴大其消費的效用 (Utility)。在同一社經地位組群內，個別消費者之間的滿足水準 (即效用) 也相互影響。因此，我們可定義某一地位組群內消費者的效用函數如下式：

$$ii. \quad U_{ik} = U_{ik} [C_{1k} (X_{1k}), C_{2k} (X_{2k}), \dots, C_{ik} (X_{ik}), \\ \dots, C_{nk} (X_{nk}) ; Y_i, W_i | \bar{E}_k, \bar{J}_k, \bar{Y}_k] \\ i = 1, 2, \dots, n \quad k = 1, 2, \dots, m$$

上式 X_{ik} 表示 k 組內第 i 個消費者所消費之財貨；

C_{ik} 表示 k 組內第 i 個消費者對 X_{ik} 之消費支出；；

Y_i 即 i 的當年所得；

W_i 即 i 的當年財富；

\bar{E}_k 即 k 組內成員之平均教育年數；

\bar{J}_k 即 k 組內成員之平均行業、從業身份及職位；

\bar{Y}_k 即 k 組內成員之平均所得。

我們假設高社經地位組群內的個人比低社經地位之個人有較多的消費支出。出。

$$\text{令 } C_{\cdot k} = \sum_{i=1}^n C_{ik} / n$$

為 k 組成員之平均消費水準，則為 11 式可寫成：

$$12 \quad U_{ik} = U_{ik} (C_{ik} (X_{ik}) ; \bar{C}_{\cdot k}, Y_{ik}, W_{ik} | \bar{E}_{\cdot k}, \bar{J}_{\cdot k}, \bar{Y}_{\cdot k})$$

$\bar{C}_{\cdot k}$ 與 k 組群內當年平均所得 $\bar{Y}_{\cdot k}$ 相關、因為 $\bar{C}_{\cdot k}$ 與 $\bar{Y}_{\cdot k}$ 具有單調轉換 (monotonic transformation) 之關係，所以我們可在效用函數裡以 $\bar{Y}_{\cdot k}$ 代替 $\bar{C}_{\cdot k}$ ，以解釋流行效果及鄙夷效果，得下式：

$$13 \quad U_{ik} = U_{ik} (C_{ik} (X_{ik}) ; \bar{Y}_{\cdot k}, Y_{ik}, W_{ik} | \bar{E}_{\cdot k}, \bar{J}_{\cdot k}, \bar{Y}_{\cdot k})$$

一般而言，

$$14 \quad \frac{\partial U_{ik}}{\partial C_{ik}} > 0$$

$$15 \quad \frac{\partial U_{ik}}{\partial Y_{ik}} = \frac{\partial U_{ik}}{\partial C_{ik}} \cdot \frac{\partial C_{ik}}{\partial Y_{ik}} > 0, \quad \frac{\partial U_{ik}}{\partial W_{ik}} = \frac{\partial U_{ik}}{\partial C_{ik}} \cdot \frac{\partial C_{ik}}{\partial W_{ik}} > 0,$$

$$\frac{\partial U_{ik}}{\partial \bar{Y}_{\cdot k}} = \frac{\partial U_{ik}}{\partial C_{ik}} \cdot \frac{\partial C_{ik}}{\partial \bar{Y}_{\cdot k}} > 0, \quad \frac{\partial U_{ik}}{\partial \bar{E}_{\cdot k}} = \frac{\partial U_{ik}}{\partial C_{ik}} \cdot \frac{\partial C_{ik}}{\partial \bar{E}_{\cdot k}} > 0,$$

$$\frac{\partial U_{ik}}{\partial \bar{J}_{\cdot k}} = \frac{\partial U_{ik}}{\partial C_{ik}} \cdot \frac{\partial C_{ik}}{\partial \bar{J}_{\cdot k}} > 0。$$

14 及 15 式暗示 $\frac{\partial C_{ik}}{\partial Y_{ik}}$ ， $\frac{\partial C_{ik}}{\partial W_{ik}}$ ， $\frac{\partial C_{ik}}{\partial \bar{E}_{\cdot k}}$ ， $\frac{\partial C_{ik}}{\partial \bar{J}_{\cdot k}}$ ，及 $\frac{\partial C_{ik}}{\partial \bar{Y}_{\cdot k}}$ 均為正值。因

此，我們可依照教育年數、職業及所得為指標，將消費者區分為不同之社經組群，即以社經指標 (Socioeconomic Index) $SEI_k (\bar{E}_{\cdot k}, \bar{J}_{\cdot k}, \bar{Y}_{\cdot k})$ 作為消費函數之變數而說明消費行為。我們假設消費組群之 SEI 愈高，其消費支出也愈大。因此我們提出一個個別消費單位 (家戶) 的「社會經濟地位消費函數」(Socioeconomic Status Consumption Function)，其式如下：

$$16. \quad C_{ik} = f \left[\bar{Y}_{.k}, Y_{ik}, W_{ik}; SEI \left(\bar{E}_{.k}, \bar{J}_{.k}, \bar{Y}_{.k} \right) \right]$$

更確切地說，則 $C_{ik} = f \left[(Y_{ik} - \bar{Y}_{.k}), W_{ik}; SEI (E_{.k}, J_{.k}, Y_{.k}) \right]$ ，等式中的家戶所得是依個別的家戶所得與地位組群平均所得之間的差異來測量。我們相信在估計家戶消費量方面，以此等所得差異來測量將比絕對所得來得好，因為流行效果及鄙夷效果均可能使人們的消費量受他們的地位組群中其他消費者的影響。人們的消費量受他們的地位組群中其他消費者的影響。

三、資 料

本研究使用1976年台灣省家庭收支調查資料，此調查從1964年起兩年舉行一次，而從1971年起則每年舉行一次。我們的研究選擇1976年的資料，並非有理論上或統計上的因素存在，而只因為這是我們機構中存入電算機的第一份完整資料。我們從行政院主計處取得1976年家庭收支調查的磁帶，此調查樣本包括9,442個家戶及其中49,507名個人資料。資料是由台灣全體戶母體中利用分層分區隨機抽樣法 (Stratified-Cluster Sampling) 抽取樣本而得。母體共有21個縣市，分為三個層次：台北市、其他市和縣。分別在每一層中隨機抽取鄉鎮市區的樣本，然後再由每一抽取出的鄉鎮市區中隨機抽取樣本戶。

由於我們所關心的只是戶長的社會經濟地位以及每戶的總收入與支出，所以我們從整個資料中取出9,442戶的戶資料檔作為我們的研究對象而暫不處理個人資料。在我們的研究資料中，有兩戶沒有戶長，35戶的戶長年齡未滿二十歲，781戶的戶長是女性，753戶的戶長從事無酬勞務。我們的分析將這些家庭除外後，這份實證報告內容包括7,871戶（佔樣本戶的83%）的資料排比，這些戶的戶長均為20歲以上的男性，而且均從事於有報酬的職業。

本研究的應變數是消費支出。我們合計整個戶內所有成員一年中對非耐久財的消費支出及耐久財的設算勞務價值而得到戶的總支出。主要的自變數是所得、財富和社會經濟地位。所得的計算是合計全戶所有成員一年之中的工資所得、產業業主

所得、財產所得和移轉所得而來。一切所得是以新台幣元為計算單位，財富係合計全戶的金融性和非金融性資產而得。在此值得一提的就是我們的樣本戶中，有些戶的財富可能是負數。

一戶的社會經濟地位之組成要素包括：戶長的教育程度、薪資、以及他目前工作的職業、行業和從業身份。工資所得 (Wage Income) 及營業所得視為戶長的薪資 (Earnings)，教育程度是以戶長受學校教育的年數來決定。職業可分為九類：(1) 專門性、技術性及有關人員，(2) 行政及主管人員，(3) 監督及佐理人員，(4) 買賣工作人員，(5) 服務工作者，(6) 農林漁牧狩獵工作者，(7) 生產及有關人員，(8) 運輸設備操作工作者，及(9) 體力工作者；行業也可劃分為九類：(1) 農林漁牧狩獵業，(2) 礦業及土石採取業，(3) 製造業，(4) 水電煤氣業，(5) 營造業，(6) 商業，(7) 運輸、倉儲及通訊業，(8) 金融、保險、不動產及工商服務業、與(9) 社會團體及個人服務業。最後，從業身分則視戶長為受雇者、雇主、或自營業主而定。

四、資料分析

我們首先將樣本依戶長之社會經濟地位分組，然後在各組內計算消費對所得和財富的迴歸函數。最後，為了檢驗「社會經濟地位的消費函數」，將這些分組的迴歸方程式與沒有分組的總迴歸方程式相比較。

1. 社會經濟地位組羣

有一點應該注意的是家戶的社會經濟地位是以戶長的地位來定義的。而戶長的社會經濟地位 SEI_k (\bar{E}_k , \bar{J}_k , \bar{Y}_k) 是決定於他的教育，薪資，以及他目前工作的從業身份、行業和職位。我們所分析的 7,871 位戶長中，有 239 位是雇主，4,673 位是受雇者，和 2,959 位自營業主者。雇主平均有 8.13 年的教育及新台幣 165,805 元的年薪，受雇者平均有 8.98 年的教育及新台幣 88,031 元的年薪，而自營業主則有 5.73 年的教育和新台幣 74,356 元的年薪。由此可見企業的所有

權對所得的重要性 (Wright, 1978; Kalleberg 和 Griffin, 1980)。此外，我們發現教育年數、薪資、從業身份、行業、和職業使家戶的社會經濟地位構成相當複雜的分配狀況。

表一為戶長職業、行業和從業身份的分佈。有59%的戶長是商業和政府的雇員，我們發現三個變項的交叉表對於家庭社會經濟組群的鑒別很有用。雇員以資本家為主，我們預期他們將有高薪資：66%的雇員是製造業和營造業的所有者，且其中的73%位於主管人員和買賣工作人員的地位。至於受雇者，我們預期發現職業及教育程度有密切關聯，但可能由於社會發展期間行業間不平衡的發展而造成行業間的新薪資差異。在自營業主中，則62%為農人而其餘的是小企業的所有者。由於表一中有許多數字小於5，可能造成不可靠的統計數，因此有必要再縮減樣本數。在排除這些「少次數」的小格 (Cells) 及其戶數後，共剩下7,700戶作為下述分析 (樣本的82%) 的基礎。

我們計算出表一內每一小格中的戶長們的平均薪資和平均教育，也就是將具有相同類型職位 (有相同職業、行業、及從業身份) 的戶長們的新薪資和教育累加起來，而分別計算其平均數。然後根據每類職業的平均教育和平均薪資繪成圖一，每類職位以一個英文字母和兩位阿拉伯數字代表之。英文字母代表從業身份：「A」為雇員，「B」為受雇者，「C」為自營業主。阿拉伯數字的十位數代表行業的類別，而個位數是職業分類，分類數字之詳釋見表一。

圖一顯示出特定的職位組群，我們依之將戶長的工作劃分為四個社會經濟地位組群。換句話說，在各個社經地位組群裡戶長的工作具有同樣的社會和經濟地位，而其工作的社會地位是依該類工作者的平均教育來測量，其工作的經濟地位則由該類工作者的平均薪資來評定。總樣本的教育和薪資平均數各為7.7年和新台幣85,467元。圖一顯示，在眾多工作中分四個組群，其分界綫分別為9.24年的學校教育和新台幣111,107元的年薪或新台幣9,259元的月薪。

雖然組群是基於平均教育和平均薪資而劃分的，但值得注意的是在組群中

表一 從業身份、行業和職業；20歲~64歲，
在參與勞動力的有酬職業中之男性戶長

N = 7,871

A: 雇 主

行 業	職 業									Sum
	Prf. (1)	Mng. (2)	Clr. (3)	Sal. (4)	Swk. (5)	Agr. (6)	Muw. (7)	Top. (8)	Lab. (9)	
(1) Agr.						14				14
(2) Min.										0
(3) Muw.	1	49	1	22			9			82
(4) Ele.		1					1			2
(5) Con.	1	12	1	2	1		5			22
(6) Sal.		16	1	57	1					75
(7) Trp.		5		1				2		8
(8) Fin.	3	3		2						8
(9) Ser.	8	4		1	9		4		2	28
Sum	13	90	3	85	11	14	19	2	2	239

B: 受雇者

行 業	職 業									Sum
	Prf. (1)	Mng. (2)	Clr. (3)	Sal. (4)	Swk. (5)	Agr. (6)	Muw. (7)	Top. (8)	Lab. (9)	
(1) Agr.	1		4		2	320	2	1	2	332
(2) Min.	4	7	9		1		121	5	7	154
(3) Muw.	60	116	235	30	35	3	756	44	58	1337
(4) Ele.	17	2	30		3		37	1	8	98
(5) Con.	20	16	22	2	2		325	5	129	521
(6) Sal.	4	55	46	70	35		23	4	7	244
(7) Trp.	29	22	166	8	25		28	270	60	608
(8) Fin.	8	27	96	5	7		1	4	4	152
(9) Ser.	378	44	429	2	244	2	46	29	53	1227
Sum	521	289	1037	117	354	325	1339	363	328	4673

表一 (續)

N = 7,871

C:自營作業者

行 業	職 業									Sum
	Prf. (1)	Mng. (2)	Clr. (3)	Sal. (4)	Swk. (5)	Agr. (6)	Muw. (7)	Top. (8)	Lab. (9)	
(1) Agr.						1833				1833
(2) Min.							1			1
(3) Muw.		12	2	38	1		51		1	105
(4) Ele.				3	1		1			5
(5) Con.	1	1		2	1		16		5	26
(6) Sal.	5	4		739	33		2		2	785
(7) Trp.				5	1		1	63	4	74
(8) Fin.	5		2	9	4		1			21
(9) Ser.	34	1	1	10	36		23	1	3	109
Sum	45	18	5	806	77	1833	96	64	15	2959

註 釋:

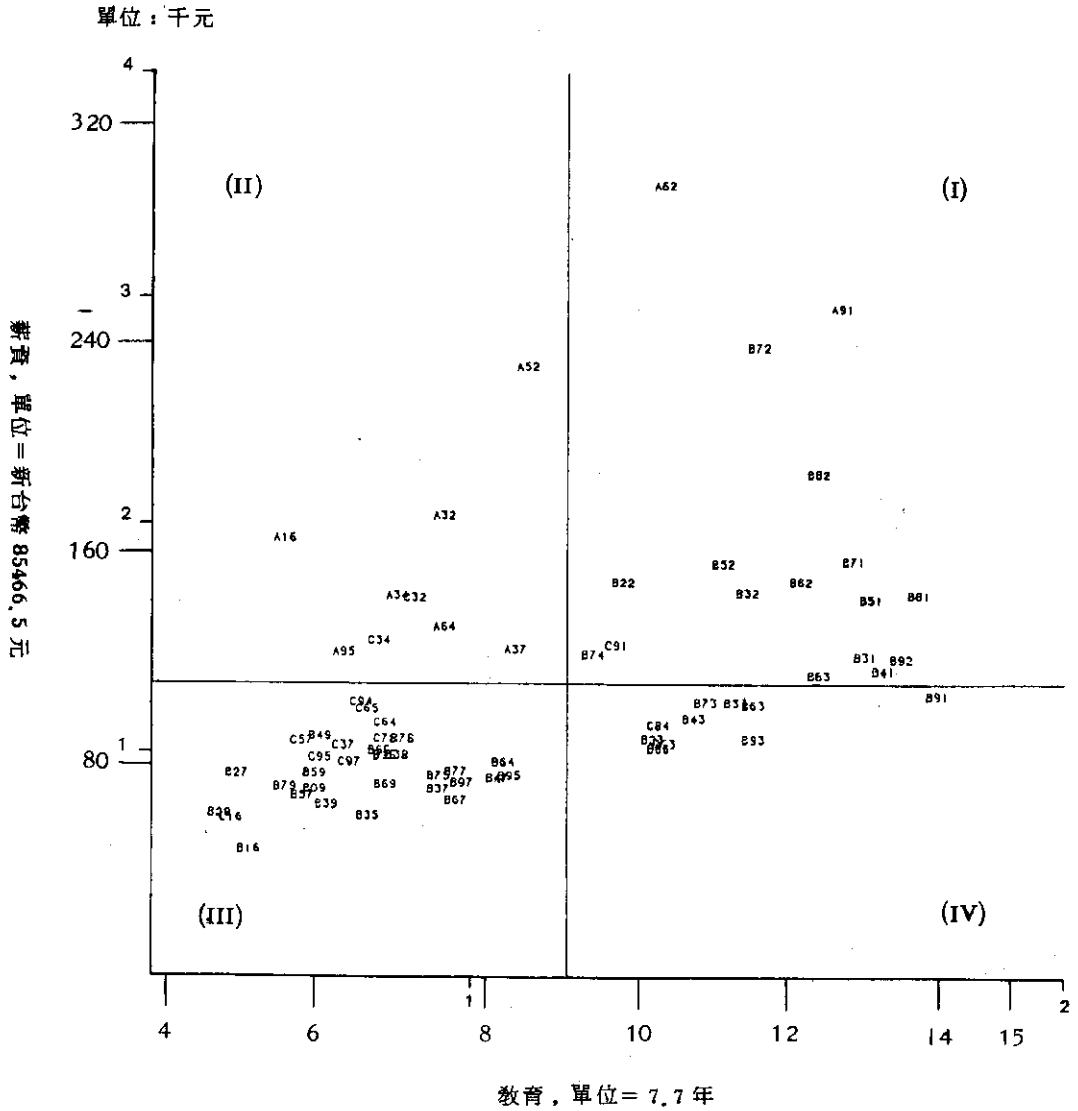
行 業 別:

- (1) Agr.: 農林漁牧狩獵業
- (2) Min.: 礦業及土石採取業
- (3) Muw.: 製造業
- (4) Ele.: 水電煤氣業
- (5) Con.: 營造業
- (6) Sal.: 商 業
- (7) Trp.: 運輸倉儲及通訊業
- (8) Fin.: 金融、保險、不動產及工商服務業
- (9) Ser.: 社會團體及個人服務業

職 業 別:

- (1) Prf.: 專門性、技術性、及有關人員
- (2) Mng.: 行政及主管人員
- (3) Clr.: 監督及佐理人員
- (4) Sal.: 買賣工作人員
- (5) Swk.: 服務工作者
- (6) Agr.: 農林漁牧狩獵工作者
- (7) Muw.: 生產及有關工人
- (8) Top.: 運輸設備操作工
- (9) Lab.: 體力工作人員

圖一：社會經濟地位組群



註：大寫字母，A、B、C分別代表雇主、受雇者、和自營作業者的地位。字母後的第一位阿拉伯數字代表行業別，第二位阿拉伯數字代表職業別。請參考表一之行業及職業分類。

的從業身份、行業、和職業顯然也很有意思。很明顯的，第一象限內(I)大部分似乎是擔任專門性職業和主管職務的受雇者，他們可稱為較高的白領階層，這一類內的唯一例外是任職為主管和專業人員的企業雇主。第二象限(II)大部份由製造業和營造業的所有者及地主所構成，他們主要是這社會的資本家。第三象限(III)則集合自營業主、小買賣者、農場雇工、農人、製造業和營造業的工人、商店出納員等。第四象限(IV)則以監督及佐理人員、和商業機構辦事員等較低的白領階層為主。簡言之，各個社經地位組群內的戶長顯然在教育、薪資、和從業身份、行業及職業方面都很相似。

2. 社會經濟地位組群的消費量

正如我們前面所討論到的，每個消費單位的「社經地位消費函數」可以下列等式：

$$C_{ik} = f \left[(Y_{ik} - \bar{Y}_k), W_{ik}; SEI(\bar{E}_k, \bar{J}_k, \bar{Y}_k) \right]$$

表示一個家戶的總消費量是該家戶的所得、財富、及其社經地位之函數。我們假設同一社經地位組群內的家戶將有相似的消費型態，而不同的社經地位組群的家戶消費型態則將是不同的。但在本研究中，我們先將資料依照各戶長的教育、薪資、及其工作的從業身份、行業和職業區分為四個社經地位組群後，才進行消費型態的分析。而資料一經分組後，在每一組群內計算迴歸時，我們無形中即已將社經地位 $SEI(\bar{E}_k, \bar{J}_k, \bar{Y}_k)$ 及每組的平均薪資 \bar{Y}_k 控制為常數，故可將此兩數從等式中省略掉，於是各組內則只須將家庭消費量對家庭收入與財富計算迴歸，等式可改寫為

$$C_{ik} = g_k (Y_{ik}, W_{ik})$$

而每一等式中的 k 則是常數。例如，第一組的等式為

$$C_{i1} = g_1 (Y_{i1}, W_{i1})。$$

四個組群的迴歸分析列於表2 上面部分。

表二 社經地位組群的消費函數估計

社經地位組群		常 數	所 得 (Y)	財 富 (W)	R ²
I	迴 歸 係 數	2.7092	0.6687*	0.0149	0.8739
	標 準 誤		0.0197	0.0049	
	標 準 化 係 數		0.8729	0.0779	
II	迴 歸 係 數	4.0110	0.5983*	-0.0031	0.6768
	標 準 誤		0.0287	-0.0146	
	標 準 化 係 數		0.8246	-0.0084	
III	迴 歸 係 數	2.1979	0.6594**	-0.0522	0.6317
	標 準 誤		0.0068	0.0044	
	標 準 化 係 數		0.8114	0.0999	
IV	迴 歸 係 數	2.2407	0.6970*	-0.0536	0.7500
	標 準 誤		0.0111	0.0087	
	標 準 化 係 數		0.8961	-0.0873	
所有組群					
	迴 歸 係 數	1.9983	0.6812**	0.0011	0.7633
	標 準 誤		0.0051	0.0021	
	標 準 化 係 數		0.8719	0.0034	

** 0.01 顯著度

* 0.05 顯著度

然後，為測出「社經地位消費」這一概念的正確性，以最後分析樣本全部7,700戶估計總迴歸式，列於表二的下面部分。

從表二，我們發現R在所有迴歸式中都相當高，從 .63到 .87。換句話說，消費量的變異數中百分之六十三至八十七可以用我們的模型來解釋。最低的 R^2 (=.63)是屬於第三組的，而最高的 R^2 (=.87)屬於第一組群。為了檢驗我們的假設，我們採用 Fisher (1970) 的試驗來比較四個分組的迴歸和總迴歸解釋力之間的差異。我們發現如此算出的F比率($F_{3,7697} = 32.313$)達到小於.01的顯著程度，這表示在不同社經組群間的消費型態有顯著的不同，因此有必要分別估計不同社經組群的個別消費函數。

在表二裡，我們發現家戶所得的迴歸係數在所有迴歸式中都是顯著的；而財富的迴歸係數則無一顯著。這可能要歸咎於有關財富的調查資料不可靠，也可能是財富測量的效度(Validity)問題所引起。甚至在經濟學家之間，對於財富的定義仍尚未有一致的看法。無論如何，這顯示我們的家戶財富對家戶消費量不是一個好的預測項。最重要的，這意謂著我們的模型之解釋力可全部歸因於家戶所得。

比較所得的迴歸係數，我們發現所有的組群係數似乎和總樣本的係數有些不同。第四組教育高而所得低者的係數較總樣本為高，而其餘各組的係數均較整體為低，此外，表二也指出各種社經地位組群的消費函數中的截距(Intercept)有不同於總樣本者。這些都指出對不同地位組群做個別的迴歸估計是比較適當的。

令人注意的是兩個一致地位的(Consistent Status)團體，即教育高而富有者(第I組)和教育低而貧窮者(第III組)，其係數是相似的。亦即上上和低下地位的組群似有相同的邊際消費傾向。這兩組消費量上的真正區別在於等式中的常數項不同。雖然兩個組群消費函數的斜率相似，故兩迴歸綫平行，但他們是在兩個不同的層次，第一組的消費量據較高層，而第三組與其他組相較則是最低層的。

至於第二組和第四組在地位上不一致，他們有兩個極端的斜率。第二組(教育低而富有者)雖有最高的截距表示炫耀性的消費，却有最低的係數表示資本家的行

為習性。相反地，第四組（教育高而貧窮者）的迴歸係數則是最高的，意即當他們在所得上有所增加時，則消遣量也隨之有不成比例的增多。這可能就是所謂的示範效果（Demonstration Effect）之表現，貧窮而教育高者渴望有機會消費與那些教育高而富有者所消費的同地位財，一旦他們所得增加，他們很快地抓住消費的機會。

五、檢 討

我們的研究發現社經組群的迴歸模型比使用整體迴歸模型有更高的解釋能力。同時，社經組群的迴歸模型因各組群的基本消費量（ C_0 ）及邊際消費傾向（ C_1 ）之變異而顯示消費型態的社會經濟意義。比較各組的截距，我們發現基本消費量依〔Ⅲ，Ⅲ，Ⅰ，Ⅱ〕的順序而增加，若將此順序重組為〔（Ⅲ，Ⅲ），（Ⅰ，Ⅱ）〕的形式，則圖一指出這個順序只是高所得組群（Ⅰ，Ⅱ）的基本消費量大於低所得組群（Ⅲ，Ⅲ）的基本消費量所形成的關係形式。此一因所得階序而致之差異性基本消費量，可以歸屬為所得效果（Income Effect）。

但是，比較各組的迴歸係數，我們又發現邊際消費傾向依〔Ⅱ，Ⅲ，Ⅰ，Ⅲ〕的順序而升高，若重新安排為〔（Ⅱ，Ⅲ），（Ⅰ，Ⅲ）〕的形式，則表示教育程度較低的組群（Ⅱ，Ⅲ）其邊際消費傾向亦低於教育程度較高的組群（Ⅰ，Ⅲ）。此種因教育程度階序而致之差異性邊際消費傾向，我們將之歸屬為教育效果（Education Effect）。教育程度差異可能導致不同的階層意識或消費偏好，而反映於消費傾向的差異上。

為了進一步討論所得與教育效果的交互作用（Interaction），我們在上述的中括號及小括號符號設計之外，再加一個箭頭符號表示所得（或教育）階序內的教育（或所得）階序。例如，在邊際消費傾向所形成的教育階序〔（Ⅱ，Ⅲ），（Ⅰ，Ⅲ）〕中，我們將之再安排為〔（Ⅱ←Ⅲ），（Ⅰ←Ⅲ）〕的形式，表示在同一個教育程度分組內的所得階序。顯然，消費傾向的教育階序內包含著同向的所得效果，所得高則邊際消費傾向低。也就是說，雖然教育程度高則邊際消費傾向高，但在既定的教育

水準上，所得高則邊際消費傾向低。不同的教育程度似乎代表不同的消費規範，低所得者受到這些規範所驅使，企圖以較高的邊際投入來滿足規範性的消費。

但是，基本消費量的所得階序〔(Ⅲ→Ⅲ)，(Ⅰ←Ⅱ)〕內，教育效果就顯得互相矛盾了。對於低所得組群(Ⅲ，Ⅲ)，而言，教育程度高則基本消費量高；對於高所得組群(Ⅰ，Ⅱ)而言，則教育程度高反而基本消費量低。我們認為，若以高教育程度組群(Ⅰ，Ⅲ)代表都市的中產白領階層，其基本消費量較低於大部由富有的企業雇主所組成的第Ⅱ組群，似乎表示著消費能力的基本差別，而其較高的邊際消費傾向則似乎表現類似焦慮的消費型態。另一方面，雖然第Ⅱ及第Ⅲ組群(大部由農工商的小雇主、自營業主及勞力工作者組成)分別佔據基本消費量的大小兩端，其消費傾向相對於高教育組群(Ⅰ，Ⅲ)顯得較為保守與溫和，也涵蘊著較高的儲蓄率。做為本文的結論，我們認為，社會經濟地位的差異性消費型態值得進一步的考察與說明。我們的資料不但暗示著消費型態的社會階層，而且似乎指出不同階層間的競爭與示範效果。

參考文獻

- Ando, A., and F. Modigliani
1963: The Life Cycle Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests Pp. 55-84 AER
- Duesenberry, J.
1949: Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior
Cambridge, Mass.: Harvard University Press
- Fisher, Franklin*
1970: Test of Equality Between Sets of Coefficients in Two Linear Regressions: An Expository Note
Econometrica, Vol. 38, No. 2 (March): 361-366
- Friedman, M.
1957: A Theory of the Consumption Function
Princeton, N. J.: Princeton University Press
- Kalleberg, Arne L. and Larry J. Griffin
1980: Class, Occupation, and Inequality in Job Rewards
American Journal of Sociology 85 (January): 731-68
- Keynes, J. M.

- 1936: *The General Theory of Employment, Interest, and Money*, Chaps 7-9
New York: Harcourt, Brace
- Kuznets, S.
1946: *National Product Since 1869*
New York :
- Leibenstein H.
1950: *Bandwageon, Snob and Beblen Effects in the Theory of Consumers' Demand*
QJE (May): 183-207
- Pyatt, Graham
1979: *Some Conceptual Problems of Measuring Living Standards or How Do We Find out Who Is Benefiting from Development*
Paper Presented at a Meeting of the International Statistical Institute
Manila, Philippines December 1979
- Ramsey, Natalie R.
1974: *Social Indicators in the U.S. and Europe: Comments on Five Country Reports in Van Dusen (ed) Social Indicators 1973: A Review Symposium*
- Sewell, William H., Robert M. Hauser
1975: *Education, Occupation, & Earnings — A Chievement in the Early Career*
New York: Academic Press
- Stouffer, Samuel A. et al.,
1949: *The American Soldier*
Princeton, N. J.: Princeton University Press, vol. 1
- Wright, E.
1978: *Race, Class, and Income Inequality*
American Journal of Sociology 83 (May): 1368-97
- Yang, Ya-Hwei
1980: *A Study on Permanent Income Hypothesis and Its Implication in Taiwan*
Taipei, Taiwan: National Taiwan University, M. A. Thesis

麥朝成評述

(評王湘雲教授、陳寬政博士、蔡吉源先生: Socioeconomic Status and Consumption)

各位女士、各位先生，個人有機會在這兒就這篇論文提出個人的淺見，順便向各位請教，感到非常的榮幸。我想在今天的研討會中，大家都知道社會指標的研究尚無定論。一般研究者，若不是由經濟的角度來看社會指標，就是由社會、心理、文化，或是由環境、政治學等各種不同的層面來分析社會指標，而王教授等三位先生所提的論文中，可以說是屬於結合經濟與社會二方面因素所做的研究，這實在是個很大膽的研究；我所謂很大膽的研究，是因為他們利用經濟學上的消費水準或消費型態為社會指標。我想或許有很多人並不贊同他們的看法，但是王教授也提到，消費才是我們的最後目的，而所得只是一個手段，並不一定能反應我們的福利水準，所以我認為把社會指標數量化，以消費水準來作代表，實在無可厚非。我個人覺得這篇文章的內容很有意義，是一篇相當精彩

的論文，不過我仍然願意就理論及實證分析觀點提出一些意見，向諸位請教。

I. 理論部分：

(1)王教授等人利用 Leibenstein 的 Bandwagon, Snob, and Veblen effects 的概念來解釋所謂的社經地位對消費的影響，我覺得是個非常有趣、新穎的概念；如果能在討論經濟學上的消費時，把 intergroup 與 intragroup 間所謂消費方面的 externality 應用進去，我想可以把更多關於社會方面因素引進消費功能的內容裡。

(2)我覺得在談到社會指標時，關於 age structure、schooling years 或 occupation choice job training，都要涉及到 individual time 的問題（即所謂 life-time cycle）。因此，可以利用芝加哥大學教授 G. Becker 所謂 human capital 的理論，把 time 的概念引進來，那麼這些 age structure 等因素就都可以考慮進去。

(3)個人覺得第八頁理論結構方面，關於第十三、十五、十六，三個方程式的推理還不夠嚴謹。譬如，對於教育與職業對消費的影響為什麼是正的原因，並沒有作合理的解釋；而且在所謂的 socio-economic index 裡面，只考慮到三個因素：education, occupation 和 earnings，雖然也提到 industry 和 employment status 却未能在理論架構上涵蓋進去，因而跟後文的 status study 缺少關聯。

II. 實證分析部分：

(1)這篇論文的結果主要是反應在 Figure 1 和 Table 2，王教授提到他們將之劃分為四個象限，Y 座標代表所得，X 座標代表教育程度，我覺得他們的劃分太過武斷、沒有客觀的標準。譬如在 Figure 1 中，以 schooling years 9.24, earnings 十一萬多為原點的標準是什麼？如此劃分四個象限，似乎太武斷了。

(2) Table 2 的回歸係數中，以 group I 的教育程度與所得最高，group III 是教育程度與所得皆最低，而他們的消費型態明顯地非常類似；同樣地，論文中對於同一群的消費型態為什麼很類似，也缺乏合理的解釋。至於 group II 和 group IV 之間的不一致性也是相當明顯，group II 是所得高、教育程度低，group IV 則是所得低，教育程度高，而對於教育程度和所得如何影響消費，也沒有說明原因。

王教授等人對於高所得、教育程度低的團體消費型態、解釋為：因為教育程度低，而不曉得那裡或是如何消費。我覺得這種解釋不太合理。如果讓我由經濟面做解釋，或許會認為類似西方的工業革命後，group III 的人代表資本家，為了累積資本並擴展業務而必須儲蓄，加上創業艱難，所以當時都習慣於省吃儉用的；因此當他的生活到了一個水準之後，所得增加但消費並不增加，或是消費水準沒有很大的改變，因此我對於王教授等人的解釋不太同意。

(3)他們並沒有解釋在 Figure 1 的個別點裡，同一個 group 裡及四個 groups 之間的關聯，對於整體之間的關聯也沒有做進一步的分析；如果能有些分析，我相信這篇論文將會更加生色。至少這篇文章給了我一個啓示：在研究社會指標時，或許應該結合不同學科的人共同努力，不要有個人的本位主義。謝謝！