

收入对移动支付影响家庭消费的调节效应

吴 昱^{1,2}, 宁静怡¹, 张 彤^{1,2*}

¹广州商学院经济学院, 广东 广州

²广州商学院数字经济研究中心, 广东 广州

收稿日期: 2026年6月29日; 录用日期: 2026年7月31日; 发布日期: 2026年8月10日

摘 要

文章基于中国家庭金融调查(CHFS)微观数据, 构建包括移动支付与收入交互项的实证模型, 验证收入对移动支付影响家庭消费的调节效应。通过区分总消费、生存型与发展型消费, 并按收入水平分组开展异质性分析。研究表明, 收入对移动支付影响总消费、生存型消费存在显著负向调节, 移动支付提振消费的效果随收入提升逐步弱化, 低收入群体借助移动支付释放刚需消费的红利最为突出。该调节效应存在消费结构异质性, 对发展型消费影响不显著。另外, 对于低收入群体, 移动支付对其生存型和发展型消费的提升作用皆远高于收入的影响。针对不同家庭收入层级, 移动支付对生存型消费的组别影响差距最明显; 而对发展型消费的组别影响差距显著收窄。因此, 进一步完善和发展移动支付普惠服务, 可有效提升整体社会福利, 尤其有利于广大低收入家庭生活质量的提高, 并在整个社会层面助力内需增长。

关键词

移动支付, 家庭消费, 收入, 调节效应, CHFS

The Moderating Effect of Income on the Impact of Mobile Payment on Household Consumption

Yu Wu^{1,2}, Jingyi Ning¹, Tong Zhang^{1,2*}

¹School of Economics, Guangzhou College of Commerce, Guangzhou Guangdong

²Digital Economy Research Center, Guangzhou College of Commerce, Guangzhou Guangdong

Received: June 29, 2026; accepted: July 31, 2026; published: August 10, 2026

Abstract

This paper constructs an empirical model including the interaction term between mobile payment

*通讯作者。

文章引用: 吴昱, 宁静怡, 张彤. 收入对移动支付影响家庭消费的调节效应[J]. 社会科学前沿, 2026, 15(8): 192-201.
DOI: 10.12677/ass.2026.158651

and income to verify the moderating effect of income on the impact of mobile payment on household consumption with data of CHFS. By distinguishing between total consumption, subsistence consumption, and development consumption, we conducted heterogeneity analysis by income levels. The research shows that income has a significant negative moderating effect on the impact of mobile payment on total consumption and subsistence consumption. The effect of mobile payment in boosting consumption gradually weakens as income increases. The low-income group benefits the most from the use of mobile payment in lifting basic consumption. This moderating effect exhibits heterogeneity in consumption structure and has no significant impact on development consumption. Additionally, for low-income groups, the enhancement effect of mobile payment on subsistence and development consumption is much higher than that of income. For different family income levels, the group impact of mobile payment on subsistence consumption is the most significant, while the group impact on development consumption gradually narrows. Therefore, further improving and developing inclusive financial services like mobile payment can effectively enhance overall social welfare, especially improving the quality of life of low-income families and contributing to the growth of domestic demand.

Keywords

Mobile Payment, Household Consumption, Income, Moderating Effect, CHFS

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着数字经济的蓬勃发展，移动支付作为中国金融科技创新的典型代表，已深度嵌入居民日常生活的各个场景。从线下零售到线上服务，移动支付的普及不仅重塑了传统的支付体系，更深刻改变了家庭的消费习惯与决策模式。作为数字经济的重要组成部分，移动支付依托大数据、智能手机终端，凭借交易成本低廉、不受时空约束、操作便捷等优势颠覆现金、银行卡等传统支付方式，成为推动消费升级的重要引擎[1]-[5]。在这一宏观背景下，探究移动支付如何影响家庭消费行为，以及这种影响在不同群体间的差异，对于理解数字金融的经济效应具有重要的现实意义。

现有文献围绕移动支付对家庭消费的影响及其作用机制进行了广泛探讨，证实了移动支付对消费的促进作用[6]-[10]。多项研究表明，移动支付能够显著提高家庭消费水平，并推动消费结构向发展型和享受型升级[11]。特别是在农村地区，移动支付有效释放了潜在的消费需求，促进了农村家庭消费潜力的释放与升级[12][13]。在作用机制方面，学者们指出移动支付主要通过降低支付痛感和缓解流动性约束来刺激消费。一方面，移动支付弱化了支付过程中的心理压力，使消费者在面对支出时感知到的“痛苦”减少，从而提升了消费意愿[3][14]；另一方面，基于流动性约束和预防性储蓄理论，移动支付通过提升资金获取的便利性，缓解了家庭面临的短期流动性限制，进而抑制了预防性储蓄动机，促进了当期消费[15]。此外，部分研究还考察了其他因素的调节作用，例如发现金融素养在移动支付影响家庭消费的过程中具有显著的调节效应，高金融素养群体能更有效地利用移动支付工具优化消费决策[1][16]。

尽管现有研究丰富了我们对于移动支付消费效应的理解，但仍存在进一步拓展的空间。收入作为决定家庭消费能力的最核心变量，其在移动支付与家庭消费关系中的调节作用尚未得到充分重视。收入深刻影响家庭购买力、信贷约束强度与消费偏好，对消费的边际促进效果具有异质性[17][18]。低收入群体的边际消费倾向更高，但收入不稳定、资产匮乏、信贷渠道狭窄，消费需求长期被抑制；高收入家庭现金

流充足、多元金融工具可得, 边际消费倾向偏低, 但高品质服务消费需求旺盛[19][20]。

由于不同收入水平的家庭在资源禀赋、流动性约束程度、预防性储蓄动机以及边际消费倾向等方面存在的显著差异, 因此, 移动支付对不同收入家庭消费的影响效果可能呈现异质性。鉴于此, 本文从收入视角出发, 考察移动支付影响家庭消费的异质性特征。通过识别不同收入群体在移动支付使用中的消费响应差异, 本文试图揭示收入在其中的调节机制。这一研究不仅有助于厘清移动支付促进消费的微观路径, 也为相关部门制定差异化的数字金融政策、促进包容性增长提供了重要的经验证据。

因此, 本文采用中国家庭金融调查 CHFS 微观数据, 引入移动支付与家庭总收入交互项检验收入调节效应, 并按照家庭收入水平, 分为高中低三组分析其对家庭消费影响的异质性。基于理论逻辑与已有文献, 本文提出收入对移动支付影响家庭消费调节效应的研究假设如下:

假设 1: 收入在移动支付影响家庭消费的过程中存在显著调节效应;

假设 2: 移动支付对低收入家庭消费的提升作用显著强于中等、高收入家庭。

2. 数据来源与变量统计性描述

本研究采用中国家庭金融调查(CHFS)数据。该项目始于 2011 年, 每两年开展一次追踪调查, 通过入户访谈方式收集家庭金融微观数据, 涵盖住房资产、金融财富、收入消费等八大核心模块。截至 2024 年调研已覆盖全国 28 个省级行政区, 累计样本量超 4 万户。

从移动支付的市场化角度看, 我国 2011 年 5 月 18 日才第一次发放第三方支付牌照, 获牌公司包括支付宝、财付通。中研普华产业研究院的研究数据显示, 2015 年第三方支付交易量约 821 亿笔, 金额约 50 万亿元人民币; 2019 年约 7200 亿笔, 金额约 250 万亿元人民币。CHFS 数据显示, 截至 2019 年, 我国有 50% 的家庭使用第三方支付[21]。因此本研究采用 CHFS2019 截面数据, 一是家庭第三方支付使用率适中, 二是截面数据可忽略不同年份经济发展对消费的影响, 专注研究收入的分层调节作用。

本文选取家庭是否有第三方支付账户作为核心变量, 家庭总收入为调节变量。家庭消费作为因变量, 分别采用三个指标, 分别是家庭总消费、生存型消费和发展型消费。生存型消费包括食品、衣着、居住消费; 其他消费归类为发展型消费, 以此分别研究不同消费层次对移动支付和收入的影响。控制变量包括户主的人口学特征, 家庭人口总数、所在城市, 以及家庭总资产和总负债。经过数据清洗, 删除关键信息缺失的样本, 并对消费及家庭财务值做 99.5% 高位截尾处理, 得到 33,796 个样本。变量定义与统计性描述如表 1 所示。

表 1 可见, 截至 2019 年, 我国约半数家庭开通并使用第三方支付移动支付, 移动支付在城乡家庭间尚未实现全面普及。在消费层面, 家庭年均总消费均值约 75,000 元, 但标准差高达约 8 万元, 而消费最低的家庭一年花费不到 1200 元, 反映出不同家庭消费支出的巨大差异。虽然生存和发展两类家庭消费的均值接近, 但生存型消费开销最低的家庭仅花费 456 元, 而有的家庭完全没有发展型消费支出, 发展型消费的标准差显著较生存型大, 说明仍有较大的消费升级空间。家庭财务指标同样存在显著分层, 家庭年均总收入均值约 84,000 元, 总资产均值突破百万元而总负债均值接近 40 万元, 收入、资产与负债的标准差均处于较高水平, 但一些没有家庭收入、资产与负债, 进一步体现了家庭间收入与财富分化现象突出, 为检验收入的调节效应提供良好数据基础。

从家庭与户主特征变量来看, 家庭平均人口规模为 6 人, 居住城市覆盖一线至三线城市且以二三线家庭为主; 户主平均年龄 56 岁, 女性户主占比约 25%, 已婚户主占比高达 93.8%, 平均受教育年限约为 9 年义务教育水平, 农业户口家庭占比 55.5%, 汉族占比约 85%。已婚家庭比例偏高, 可能与入户调查时已婚者在户的几率较高有关。其他人口、户籍与社会身份变量分布贴合国内家庭人口结构基本事实。

Table 1. Variables and statistical descriptions
表 1. 变量及统计性描述

类别	变量	变量描述	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
数字金融	第三方支付账户	有第三方支付账户 = 1； 无 = 0	33,796	0.504	0.500	0	1
	总消费		33,796	75,749	79,437	1188	579,400
家庭消费	生存型消费	包括食品、衣着、居住消费	33,796	35,656	33,090	456	250,600
	发展型消费	出生存型为的其他消费，包 括教育文娱、医疗保健等	33,796	39,519	56,615	0	426,700
家庭财务	总收入		33,796	84,027	118,137	0	893,962
	总资产		33,796	1,039,760	1,743,456	0	11,755,016
	总负债		33,796	396,122	659,706	0	1,621,091
家庭信息	家庭人口总数		33,796	6.013	8.457	1	39
	所居住城市等级	1 = 一线城市；2 = 二线 城市；3 = 三线城市	33,796	2.288	0.877	1	3
户主特征	年龄		33,796	56.423	13.749	16	101
	性别	1 = 女；0 = 男	33,796	0.248	0.432	0	1
	婚姻	1 = 已婚；0 = 单身	33,796	0.938	0.241	0	1
	教育	教育年限	33,796	9.121	4.071	0	22
	农业户口	1 = 农业户口；0 = 城镇 户口	33,796	0.555	0.497	0	1
	汉族	1 = 汉族；0 = 少数民族	33,796	0.849	0.358	0	1

3. 模型与实证结果

3.1. 实证模型

为研究收入对移动支付影响家庭消费的调节效用，研究采用实证模型如下，

$$C = \beta_0 + \beta_1 MP + \beta_2 \ln income + \beta_3 MP \times \ln income + YX + \varepsilon \tag{1}$$

这里 C 为家庭消费，在后续回归中分别用家庭总消费、生存型消费、发展型消费表示。MP 表示家庭是否使用第三方移动支付，ln income 为家庭收入的对数，若 MP 与 ln income 的交互项系数在回归结果中显著为负，则说明收入对移动支付对消费的影响起到了调节作用，收入越高的家庭，移动支付对其消费的边际影响越低。

3.2. 收入对移动支付影响家庭总消费的调节作用

首先使用家庭总消费作为因变量，针对收入对移动支付对总消费影响的调节效应做基准回归，表 2 中列(1)至列(4)逐步纳入核心变量与全部控制变量以检验结果稳健性。进一步将家庭收入按照收入水平三等分为不同组别，低收入组为年收入低于 30,264 元的家庭，高收入组为年收入高于 80,250 元的家庭，其

他家庭划分为中等收入组，不同收入组的结果如表 2 的分组回归部分。

从表 2 可见，全样本基准回归中移动支付可显著提升家庭总消费规模，总体上甚至远超过婚姻对收入的提升作用。收入同样显著促进消费，说明收入水平是支撑家庭消费的基础条件。核心交互项移动支付与总收入的系数显著为负，证明收入存在负向调节作用，随着家庭收入水平提升，移动支付拉动消费的边际作用会持续减弱，研究假设 1 得到验证。

Table 2. The moderating effect of income on the impact of mobile payment on total household consumption
表 2. 收入对移动支付影响家庭总消费的调节作用

	整体回归				分组回归		
	(1)	(2)	(3)	(4)	低收入	中等收入	高收入
移动支付	0.824*** (0.009)	0.616*** (0.009)	1.019*** (0.102)	0.592*** (0.071)	0.348*** (0.018)	0.228*** (0.014)	0.216*** (0.016)
ln 总收入		0.209*** (0.005)	0.227*** (0.007)	0.126*** (0.005)	0.010** (0.005)	0.351*** (0.022)	0.227*** (0.014)
移动支付 × ln 总收入			-0.038*** (0.009)	-0.028*** (0.007)			
总资产				0.124*** (0.003)	0.105*** (0.004)	0.073*** (0.005)	0.138*** (0.006)
总负债				0.011*** (0.001)	0.011*** (0.001)	0.012*** (0.001)	0.008*** (0.001)
家庭人口总数				0.009*** (0.000)	0.011*** (0.001)	0.007*** (0.001)	0.006*** (0.001)
城市等级				-0.068*** (0.004)	-0.069*** (0.009)	-0.036*** (0.007)	-0.047*** (0.007)
年龄				-0.010*** (0.000)	-0.015*** (0.001)	-0.006*** (0.001)	-0.007*** (0.001)
性别				-0.041*** (0.009)	-0.097*** (0.017)	-0.018 (0.013)	0.000 (0.014)
婚姻				0.260*** (0.016)	0.277*** (0.027)	0.271*** (0.025)	0.125*** (0.031)
教育				0.017*** (0.001)	0.014*** (0.002)	0.010*** (0.002)	0.015*** (0.002)
农业户口				-0.154*** (0.009)	-0.184*** (0.017)	-0.097*** (0.014)	-0.061*** (0.015)

续表

汉族			-0.125***	-0.099***	-0.096***	-0.104***
			(0.010)	(0.020)	(0.017)	(0.016)
cons	10.433***	8.322***	8.177***	9.701***	6.14***	6.823***
	(0.006)	(0.049)	(0.065)	(0.088)	(0.239)	(0.165)
Obs	33,796	33,796	33,796	11,266	11,265	11,265
R-squared	0.216	0.334	0.460	0.329	0.190	0.288

注：括号中为标准差，*** $p < 0.01$ ，** $p < 0.05$ ，* $p < 0.1$ 。

从收入三等分分组回归的结果可见，移动支付的回归系数对三个收入组的家庭总消费均起到显著促进作用，但对低收入群体中促进效果最大，中高收入组效果较为相近，但高收入组系数最小。这可能由于低收入家庭受流动性约束更强，因此移动支付带来的支付便利与小额信贷服务能够释放更多被压制的消费需求，证明研究假设 2。

对比移动支付和收入对总消费的影响，发现相对中高收入组，移动支付对低收入组的消费提升作用远大于收入；说明以第三方支付代表的普惠金融对提升低收入群体福利具有巨大的意义。而中间收入群体的收入影响相较其他两组更大，说明收入提升可大幅提升中等收入的消费水平。

从控制变量的结果来看，家庭资产与负债规模、家庭人口规模均对家庭总消费存在显著正向影响，资产与负债与家庭消费支出正相关；居住城市层级、户主年龄、农业户口与民族身份的系数显著为负，反映城市生活成本挤压弹性消费、随年龄增长消费需求下降，农村家庭与汉族家庭消费开支相对保守。婚姻状况和受教育水平均显著提升家庭消费，可能与已婚家庭风控能力好、消费需求多元有关，同样高学历收入相对稳定，社会保障预期更强、预防性储蓄动机更弱。户主性别仅在低收入样本中显著负向，中高收入组无统计显著性，说明性别对消费的约束仅存在于收入薄弱家庭。全样本模型拟合度随控制变量的加入持续提升，低收入组分样本的 R^2 最高，也说明该模型对低收入家庭消费行为具备更强解释力。

3.3. 收入对移动支付影响居民生存型消费的调节作用

其次将食品、衣着、居住消费加总作为家庭生存型消费，以其作为因变量，重复以上步骤先后进行整体回归和分组回归，结果如表 3 所示。

将生存型消费回归结果表 3 与总消费回归结果表 2 对比可见，移动支付、收入及交互项的符号方向保持一致，但系数大小、组间差异幅度存在区别。首先，全样本交互项负向系数绝对值在生存型消费模型中更大，意味着收入对移动支付促进生存型消费的调节力度更强。这可能由于年收入低于 3 万的家庭衣食类基本消费在受资金约束时容易被压缩，因此移动支付带来的资金周转便利对生存型消费释放的边际效果在该组更为突出。其次，分组回归下移动支付系数在两类消费中均呈现低收入大于中高收入的梯度特征，但生存型消费的高低收入系数差值更明显，总消费的组间差距相对平缓，说明移动支付的普惠释放效应集中体现在基础型消费的刚需层面。另外收入对中低收入组的拉动效果与总收入相近，但对高收入组生存型消费的驱动力度大大低于其对总消费的效果。

表 3 结果中的控制变量对消费的影响与表 2 类似，但居住在二三线城市的家庭其生存型消费支出相对较低，这与小城市的基本生活成本较低有关。而农村家庭的生存型消费远低于城市家庭。

Table 3. The moderating effect of income on the impact of mobile payment on household subsistence consumption
表 3. 收入对移动支付影响家庭生存型消费的调节作用

	整体回归				分组回归		
	(1)	(2)	(3)	(4)	低收入	中等收入	高收入
移动支付	0.666*** (0.008)	0.482*** (0.009)	1.239*** (0.094)	0.887*** (0.068)	0.280*** (0.018)	0.165*** (0.014)	0.173*** (0.016)
ln 总收入		0.185*** (0.004)	0.219*** (0.007)	0.127*** (0.005)	0.013*** (0.005)	0.322*** (0.022)	0.137*** (0.013)
移动支付 × ln 总收入			-0.071*** (0.009)	-0.062*** (0.006)			
总资产				0.101*** (0.003)	0.094*** (0.004)	0.055*** (0.005)	0.095*** (0.006)
总负债				0.005*** (0.001)	0.004*** (0.001)	0.005*** (0.001)	0.004*** (0.001)
家庭人口总数				0.005*** (0.000)	0.007*** (0.001)	0.003*** (0.001)	0.002*** (0.001)
城市等级				-0.088*** (0.004)	-0.082*** (0.009)	-0.063*** (0.007)	-0.085*** (0.007)
年龄				-0.007*** (0.000)	-0.013*** (0.001)	-0.004*** (0.001)	-0.003*** (0.001)
性别				-0.041*** (0.008)	-0.099*** (0.017)	-0.009 (0.013)	-0.001 (0.013)
婚姻				0.157*** (0.016)	0.152*** (0.026)	0.189*** (0.025)	0.054* (0.032)
教育				0.011*** (0.001)	0.013*** (0.002)	0.006*** (0.002)	0.007*** (0.002)
农业户口				-0.232*** (0.009)	-0.277*** (0.018)	-0.186*** (0.014)	-0.129*** (0.015)
汉族				-0.068*** (0.011)	-0.065*** (0.021)	-0.036** (0.017)	-0.039** (0.016)
cons	9.822*** (0.006)	7.956*** (0.046)	7.616*** (0.068)	7.916*** (0.065)	9.337*** (0.089)	6.168*** (0.240)	7.809*** (0.162)
Obs	33,796	33,796	33,796	33,796	11,266	11,265	11,265
R-squared	0.162	0.268	0.272	0.380	0.273	0.140	0.175

注：括号中为标准差，*** $p < 0.01$ ，** $p < 0.05$ ，* $p < 0.1$ 。

3.4. 收入对移动支付影响居民发展型消费的调节作用

进一步，除去生存型消费外的所有消费作为家庭发展型消费，以其作为因变量，重复以上步骤先后进行整体回归和分组回归，结果如表 4 所示。

从表 4 的回归结果可见，对比表 3 中移动支付对生存型消费的影响，移动支付对发展型消费的促进作用更大。家庭收入提升对中高收入家庭的发展型消费促进作用大，对低收入组影响较微弱。但与前两个结果不同的是，表 4 中移动支付与收入的交互项不显著，说明收入主要对移动支付影响生存型消费起到调节作用。另外城市等级、是否农业户口对中高收入组的发展型消费无显著影响。说明即便生活在中小城市或户主为农业户口，对于收入水平高于 3 万以上的中高收入家庭，其发展型消费与大城市或非农业户口家庭并无显著区别。值得一提的是，婚姻对家庭发展型消费的促进作用远大于生存型消费的作用。

Table 4. The moderating effect of income on the impact of mobile payment on household development consumption

表 4. 收入对移动支付影响家庭发展型消费的调节作用

	整体回归				分组回归		
	(1)	(2)	(3)	(4)	低收入	中等收入	高收入
移动支付	1.080*** (0.012)	0.836*** (0.013)	0.921*** (0.129)	0.360*** (0.097)	0.448*** (0.026)	0.336*** (0.020)	0.312*** (0.023)
ln 总收入		0.246*** (0.006)	0.250*** (0.008)	0.132*** (0.007)	0.020*** (0.007)	0.405*** (0.033)	0.273*** (0.020)
移动支付 × ln 总收入			-0.008 (0.012)	0.003 (0.009)			
总资产				0.156*** (0.004)	0.126*** (0.007)	0.098*** (0.007)	0.188*** (0.008)
总负债				0.017*** (0.001)	0.017*** (0.002)	0.018*** (0.001)	0.011*** (0.001)
家庭人口总数				0.014*** (0.001)	0.017*** (0.001)	0.012*** (0.001)	0.011*** (0.001)
城市等级				-0.031*** (0.007)	-0.039*** (0.014)	0.012 (0.011)	0.000 (0.010)
年龄				-0.014*** (0.000)	-0.020*** (0.001)	-0.010*** (0.001)	-0.012*** (0.001)
性别				-0.035*** (0.013)	-0.093*** (0.025)	-0.018 (0.021)	0.011 (0.019)
婚姻				0.434*** (0.025)	0.509*** (0.043)	0.390*** (0.037)	0.254*** (0.044)

续表

教育				0.027***	0.019***	0.018***	0.027***
				(0.002)	(0.003)	(0.003)	(0.003)
农业户口				-0.078***	-0.072***	0.001	-0.022
				(0.013)	(0.027)	(0.021)	(0.021)
汉族				-0.196***	-0.130***	-0.180***	-0.187***
				(0.015)	(0.030)	(0.025)	(0.021)
cons	9.360***	6.883***	6.845***	6.582***	8.151***	4.073***	4.609***
	(0.009)	(0.062)	(0.087)	(0.094)	(0.140)	(0.365)	(0.229)
Obs	33,796	33,796	33,796	33,796	11,266	11,265	11,265
R-squared	0.194	0.279	0.279	0.385	0.249	0.170	0.278

注：括号中为标准差，*** $p < 0.01$ ，** $p < 0.05$ ，* $p < 0.1$ 。

4. 结论

本文基于 CHFS 全国家庭金融调查数据，建立包括移动支付与收入交互项的实证模型，检验收入对移动支付影响家庭总消费、生存型消费和发展型消费的调节效应。除整体回归外，进一步将收入分为低中高三个收入等级分组进行检验。实证结果表明，收入对移动支付影响总消费存在显著负向调节效应，且该效应主要体现在对生存型消费的影响上。移动支付的消费提振力度随家庭收入提升逐步减弱，低收入群体受流动性约束更强，移动支付释放刚需消费的边际效果远高于中高收入家庭。该调节效应存在消费结构异质性，对发展型消费影响不显著。按家庭收入分组对比可见，在移动支付影响生存型消费方面，不同收入层级间的影响差距最明显；而移动支付影响发展型消费在不同收入群体的影响差异显著收窄。此外，收入对消费的基础拉动作用同样存在结构差异，低收入家庭增收对消费的促进作用不明显，中等收入群体的收入效应最大，高收入群体的收入增长更多流向发展型消费，体现收入提升驱动家庭消费持续升级。

从 CHFS 数据看，我国约三分之一家庭的年收入低于三万元，而户均人口为 6 人，农业占比约 60%。基于此背景，如何在不以提升收入为前提的情况下，鼓励居民敢于消费、提升生活质量，缩小不同家庭间的生活水平差距是当前的重要课题。以移动支付为代表的数字普惠金融极大提高了低收入家庭的消费水平，且从生存型与发展型消费的两个方面都起到极大的促进作用。因此，政府和相关机构可进一步促进和发展普惠数字支付业务，差异化布局，完善基于移动支付的小额消费信贷，探索针对低收入群体的相关福利政策，释放消费潜力，提升低收入群体生活质量和福利水平。同时针对中高收入群体，则可拓展发展型消费服务，如教育、文旅类场景金融。总体上，依托移动支付分层激活内需，促进城乡、不同收入家庭在消费上的结构性发展。

基金项目

本课题由广东省哲学社会科学规划基金(GD23XYJ56)，广东省普通高校特色创新类项目(2023WTSCX131)，广东省教育厅重点领域专项(服务“百千万工程”)项目(2024ZDZX4034)，2023 年度广东省教育厅普通高校创新团队项目“广州商学院数字经济研究中心”(2023WCXTD025)，教育部产学

合作协同育人项目(DQ0220250908)及广州商学院 2025 年度校级教学质量与教学改革工程项目(2025ZLGC15)资助。

参考文献

- [1] Ahn, S.Y. and Nam, Y. (2022) Does Mobile Payment Use Lead to Overspending? The Moderating Role of Financial Knowledge. *Computers in Human Behavior*, **134**, Article ID: 107319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107319>
- [2] Liu, Y., Luo, J. and Zhang, L. (2021) The Effects of Mobile Payment on Consumer Behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, **20**, 512-520. <https://doi.org/10.1002/cb.1880>
- [3] Ma, Q., Tan, Y., He, Y., Cheng, L. and Wang, M. (2024) Why Does Mobile Payment Promote Purchases? Revisiting the Pain of Paying, and Understanding the Implicit Pleasure via Selective Attention. *PsyCh Journal*, **13**, 760-779. <https://doi.org/10.1002/pchj.765>
- [4] Maurer, B. (2012) Mobile Money: Communication, Consumption and Change in the Payments Space. *Journal of Development Studies*, **48**, 589-604. <https://doi.org/10.1080/00220388.2011.621944>
- [5] Yang, T. and Zhang, X. (2022) Fintech Adoption and Financial Inclusion: Evidence from Household Consumption in China. *Journal of Banking & Finance*, **145**, Article ID: 106668. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106668>
- [6] Abegao Neto, F.L. and Figueiredo, J.C.B.d. (2023) Effects of Age and Income Moderation on Adoption of Mobile Payments in Brazil. *Innovation & Management Review*, **20**, 353-364. <https://doi.org/10.1108/inmr-06-2021-0109>
- [7] Liu, C.H., Chen, Y.T., Kittikowit, S., Hongsuchon, T. and Chen, Y. (2022) Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology to Evaluate the Impact of a Mobile Payment App on the Shopping Intention and Usage Behavior of Middle-Aged Customers. *Frontiers in Psychology*, **13**, Article ID: 830842. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.830842>
- [8] Liu, J., Li, Z. and Hu, X. (2023) A Study of the Impact of Mobile Payment on the Enhancement of Consumption Structure and Pattern of Chinese Rural Households. *Agriculture*, **13**, Article No. 2082. <https://doi.org/10.3390/agriculture13112082>
- [9] Nysveen, H., Pedersen, P.E. and Thorbjørnsen, H. (2005) Intentions to Use Mobile Services: Antecedents and Cross-Service Comparisons. *Journal of the Academy of Marketing Science*, **33**, 330-346. <https://doi.org/10.1177/0092070305276149>
- [10] Wu, J., Liu, L. and Huang, L. (2017) Consumer Acceptance of Mobile Payment across Time. *Industrial Management & Data Systems*, **117**, 1761-1776. <https://doi.org/10.1108/imds-08-2016-0312>
- [11] 尹志超, 郭润东. 指尖上的旅行: 移动支付能否促进家庭旅游消费? [J]. 财经理论与实践, 2024, 45(2): 2-8.
- [12] 陈战波, 黄文己, 郝雄磊. 移动支付对中国农村消费影响研究[J]. 宏观经济研究, 2021(5): 123-141.
- [13] Zhao, C., Wu, Y. and Guo, J. (2022) Mobile Payment and Chinese Rural Household Consumption. *China Economic Review*, **71**, Article ID: 101719. <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2021.101719>
- [14] 杨保红. 移动支付发展对农村居民消费影响的动态效应分析[J]. 商业经济研究, 2023(14): 47-50.
- [15] 尹志超, 吴子硕, 蒋佳伶. 移动支付对中国家庭储蓄率的影响[J]. 金融研究, 2022(9): 57-74.
- [16] 张岳, 彭世广. 移动支付影响家庭消费行为作用机理与实证分析[J]. 商业研究, 2020(5): 105-111.
- [17] 樊茂清, 任若恩. 基于异质性偏好的中国城镇居民消费结构研究[J]. 中国软科学, 2007(10): 37-46.
- [18] 沈兆林. 家庭债务与居民消费质量——基于收入不平等的调节效应[J]. 宏观质量研究, 2021, 9(3): 114-128.
- [19] 王瑶瑶, 杨莹, 贾锐宁, 张晓空, 柴建. 数字经济发展对居民消费的影响[J]. 管理评论, 2025, 36(6): 67-80.
- [20] 徐光顺. 数字金融对社会保险与家庭消费关系的调节效应研究[J]. 山东财经大学学报, 2024, 36(2): 35-49.
- [21] 冯少杰. 2024 年中国第三方支付行业发展现状分析及未来发展趋势预测[EB/OL]. 中研网. <https://www.chinairn.com/hyzx/20240409/105824240.shtml>, 2024-04-09.