家庭生产社会化是促进经济发展和居民消费的重要动力

内容提要：家庭不仅是重要的“消费者”，也是创造大量价值的“生产者”。家庭生产与市场生产共同构成了两类最主要的人类生产活动。在“衣食住行”等领域，市场生产代替家庭生产已成为长期历史趋势，目前在“食”的领域还保留着较大比例的家庭生产成分，但外卖、外带等新业态及冷冻菜品、半制成品等正在加速其市场生产进程。时间和货币的综合成本是影响家庭生产与市场生产各自竞争优势的核心变量。技术革新与商业模式创新，不断提升的城镇化率、工资率、收入水平、女性劳动参与率以及家庭规模小型化等经济社会因素大幅降低了市场生产的相对成本，使得家庭生产被市场生产大规模替代，也即家庭生产社会化。推动家庭生产社会化对于提高全社会生产效率，创造产值增量，扩大居民消费均具有重要意义。

关键词：家庭生产社会化　经济发展　扩大消费

一、家庭生产是人类生产活动的重要组成部分

（一）大量家庭活动具有生产属性

从宽泛的角度看，通过生产产品或提供服务以满足人类需求的活动都具有生产性质。学术界提出用“市场替代标准”来区分“生产性活动”和“非生产性活动”，即“如果某个活动可以通过从市场上雇佣工人或租用资本设备来实现替换，该项活动应当被视为有生产性”。按照“市场替代标准”，准备餐食、打扫房间、洗衣服、购物等家庭活动都具有生产性。诺贝尔经济学奖获得者贝克尔也指出，“家庭不是直接消费从市场上购买到的商品，他们将这些商品与自己时间的投入结合起来生产最终产品”[1]。例如，准备一顿家庭自制餐食投入了家庭成员的时间、购买的原材料、耐用品带来的服务等。

（二）家庭生产与市场生产共同构成人类最主要的生产活动

家庭生产（Household Production 或 Home Production）是家庭成员通过使用家庭资本品和付出无酬劳动进而生产出直接用于自身消费的产品和服务的生产过程[2]。其中，家庭资本品包括电冰箱、微波炉、厨具、桌椅、厨房和餐厅等家用电器和资产，无酬劳动指的是在购物、做饭、洗衣、清洁打扫、照顾老人小孩等活动上花费的时间。

---

[1] Becker G S. A Theory of the Allocation of Time[J]. The economic journal, 1965, 75(299): 493-517.

[2] Ironmonger D. Household production and the household economy[M]. 2000.

家庭生产和市场生产是人类进行的两类最主要的生产活动。学者们 1985-1992 年间对 12 个 OECD 国家居民时间利用的调查显示，现代成年人投入在有酬劳动上的时间为平均每周 24 小时，投入在家庭经济活动上的时间为每周 26 小时[3]。从性别分工看，大多数有酬工作由男性完成，女性从事了大部分家庭生产等无酬工作，其工作价值中至少有 2/3 没有在市场经济中体现出来[4]。

有学者提出用家庭生产总值（Gross Household Product，GHP）度量家庭生产活动过程创造的经济附加值。家庭生产总值主要分为三个部分[5]：非市场的家庭服务、耐用消费品提供的服务以及部分政府资本投入带来的服务（如道路投资），其中非市场家庭服务的价值最大，一般占家庭生产总值的 2/3 以上。非市场家庭服务主要包括如下七类活动：家务（housework）、做饭（cooking）、零工（odd jobs）、园艺（gardening）、购物（shopping）、照顾小孩（child care）以及出行（domestic travel）。美国经济分析局（BEA）数据显示，二战以来美国家庭生产总值呈稳步上升的趋势，由 1946 年的 1,067 亿美元增长至 2017 年的 45,161 亿美元（见图 1），相当于当年美国 GDP 的 23.1%。对澳大利亚的核算结果也表明家庭生产总值与市场生产对应的

[3] Goldschmidt-Clermont L, Pagnossin E. Measures of unrecorded economic activities in fourteen countries[M]. UNDP Human Development Report Office, 1995.

[4] Ironmonger D. Household production and the household economy[M]. 2000.

[5] Bridgman B, Dugan A, Lal M, et al. Accounting for household production in the national accounts, 1965－2010[J]. Survey of current Business, 2012, 92(5): 23-36.

国内生产总值处在同一数量级[6]。

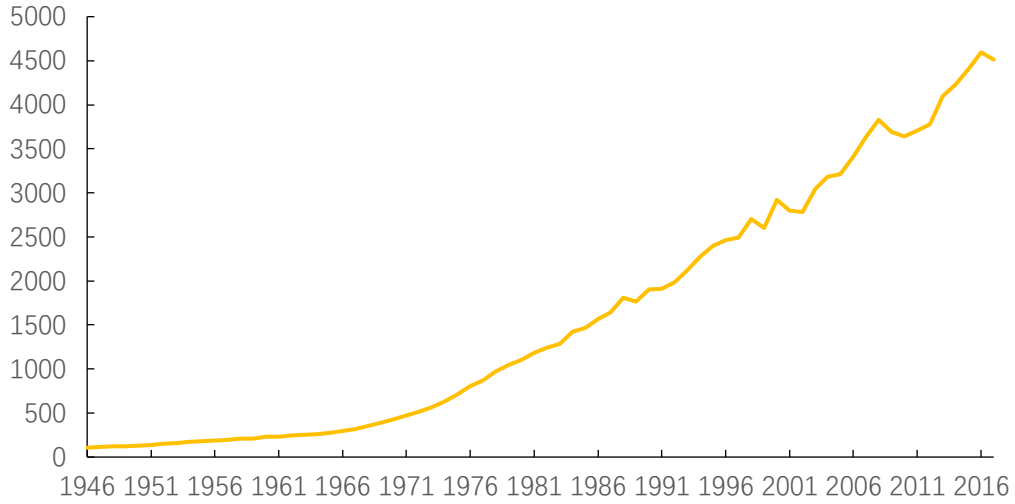

图 1 二战以来美国家庭生产总值（当年价格）的变化趋势（十亿美元）

数据来源：美国经济分析局（BEA）

二、家庭生产与市场生产之间存在竞争替代关系

（一）市场生产替代家庭生产是人类生产活动主流进程之一

两次工业革命促进了商品和服务生产的市场化进程，人类逐渐从主要依赖家庭生产转向从市场购买商品和服务以满足自身各项基本需求（见表 1），即家庭生产社会化。历史经验表明，在“衣食住行”等领域市场生产代替家庭生产已成为长期历史趋势。目前仅在“食”的领域家庭生产依然占据着较大的比例，其它领域已由市场生产主导。

[6] Ironmonger, Duncan. Counting outputs, capital inputs and caring labor: Estimating gross household product. Feminist Economics 2.3 (1996): 37-64.

表 1　人类由依赖家庭生产转向市场生产的习惯转变

	十九世纪中叶的典型家庭	现代社会的典型家庭
食物	普通家庭缺乏外出就餐的消费能力，几乎全部在家就餐。 家庭主要通过种植和养殖获得食材，部分食品从市场购买。 膳食准备包含一系列家务劳动，例如挑水、劈柴、运煤、烧火、烹饪、洗碗、处理燃料灰烬等等。	在家就餐依然是主流，外出就餐消费在家庭消费中占据了一定比重。 家庭从市场购买米面粮油、蔬菜肉食等各类食材，也会购买各种半成品、即食食品、调味品。 膳食准备主要包括烹饪和厨余垃圾清理等过程，水源和加热热源通过购买自来水、燃气服务获得。
住房	家庭成员自己参与住房建设、房屋日常护理和维修	住房大多从市场购买，家庭负责房屋日常保养，维修一般通过市场雇佣专业人员完成。
服装	种植棉麻或购买部分纺织原料，家庭内的妇女缝制大部分衣服和鞋子	从各类市场渠道直接购买几乎全部服装
出行	远距离出行依靠畜力或自己行走。社会消耗了大量食物喂养大量马匹等牲畜，组织人力照料牲畜、清理其粪便	从市场购买汽车等交通工具，或从市场购买各类出行服务。
	十九世纪中叶的典型家庭	现代社会的典型家庭
水源	家庭成员从自然水源取水、挑水	主要通过自来水网络获得清洁水源
热源	热源几乎全部来自于燃料的燃烧，因此家庭成员要花费大量时间和精力获取和搬运木柴/煤炭等燃料，处理和运送燃料灰烬	集中供暖网络或空调提供保暖 家用电器提供加热热源

资料来源：笔者参考《美国增长的起落》一书中相关表述进行整理

图 2 更直观地展示了市场生产替代家庭生产的历史进程。二战以来，美国家庭生产总值在其全部生产总值中的占比持续降低：

1946 年为 31.9%，而 2017 年降低至 18.8%。相应地，市场生产占全部生产活动产值的比重由 68.1%上升到 81.2%（见图 2）。考虑到二战前美国已经历了两次工业革命，若能将考察的时间尺度向前进一步延伸，市场生产替代家庭生产的历史趋势将更加明显。

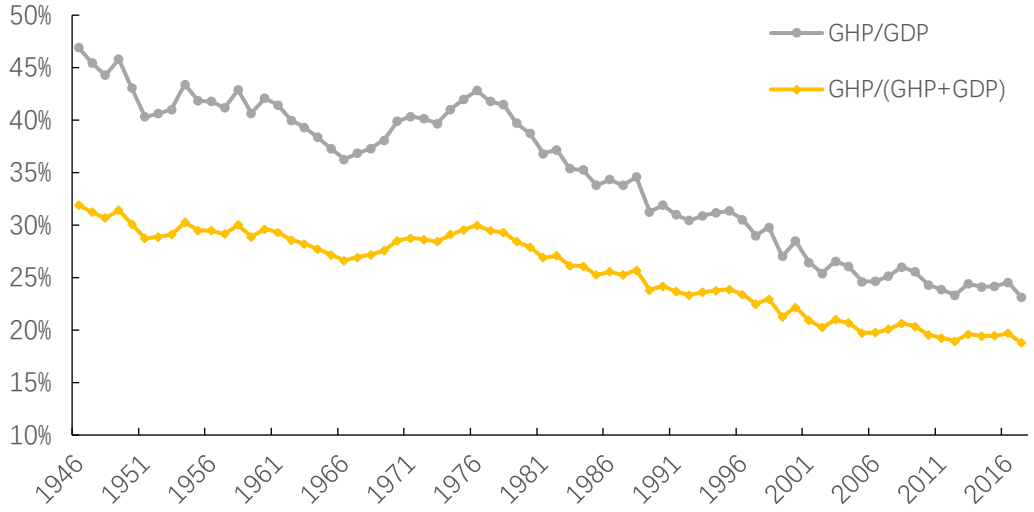

图 2 美国家庭生产总值 GHP 与国内生产总值 GDP 相对大小的变化趋势

数据来源：美国经济分析局（BEA）

（二）家庭生产与市场生产之间的竞争性转化机理分析

几乎所有家庭生产活动均可被市场生产替代，但对获得大多数最终产品（或服务）的过程而言，人们依然可以选择依赖家庭生产的程度。例如，为了吃一顿饭，人们完全可以从市场获得餐食：雇用家政人员在家准备饭菜并完成清理，去餐馆吃饭，或者点一份外卖；人们也可以从市场购买食材，自己制作餐食；人们还可以完全依靠家庭生产，自己种植蔬菜，喂养宰杀牲畜，自己烹饪，然后清理厨余垃圾。

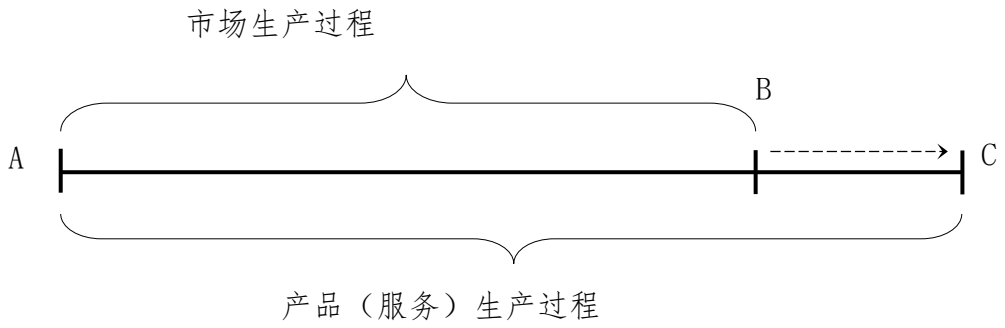

图 3　人类生产获得最终产品（服务）的过程

资料来源：文魁. 家务劳动社会化初探[J]. 经济科学，1984(01):51-54.

事实上，可以对人类生产和获取最终产品或服务的过程做如下抽象（见图 3，省略了商品流通环节）。其中，AC 是完整的产品生产过程，AB 是商品（市场）生产过程，主要由市场生产完成；BC 发生在家庭内部，表现为家庭生产活动。早期人类社会中市场经济非常不活跃，AC 过程几乎全部发生在家庭内部（自给自足），商品生产出现后，就有 B 点插于 AC 之间。家庭生产社会化就是产品生产过程中家庭生产环节被市场生产替代的过程，在图 3 中表现为 B 点逐渐向 C 点靠近的过程。

人们在多大程度上依赖家庭生产获得“最终产品”（即图中 BC 与 AC 的比值）受许多因素的影响，成本可能是其中最重要的影响因素。诺贝尔经济学奖获得者贝克尔在其论著《家庭论》中研究了各类家庭决策[7]，提出家庭通过配置时间和货币收入实现

[7] 加里·斯坦利·贝克尔. 家庭论[M]. 商务印书馆，2011.

效用最大化。如贝克尔所言，时间和商品（含前述提到的资本品，也包括原材料等）是生产“最终产品”的两类投入，两者存在替代和互补的关系。“最终产品”等于其生产成本的影子价格，即家庭生产的时间成本及市场商品的货币成本之和。当商品价格相对时间价格下降时，家庭将倾向于增加商品投入而减少时间投入来获得最终产品。这意味着，在其它条件相同的情况下，如果市场生产成本低于家庭生产，就会引发价格替代效应：更多时间将被投入到市场生产，更多商品和服务将从市场生产中获得。

三、推动家庭生产社会化的主要经济社会因素分析

（一）正向推动家庭生产社会化的因素分析

技术革新与商业模式创新。工业革命以来的技术革新和商业模式创新极大地提高了生产效率，使得从市场上获得商品和服务在成本、品质、品类丰富度等方面都要优于家庭生产。

以家庭生产和获取食品的方式为例，由于工业革命以来百货、超市、连锁食品店等零售业态创新，食品加工、冷藏、运输和储存技术、包装食品和半成品工业、连锁快餐店和现代餐厅、食品安全技术（例如巴氏消毒技术）等多种技术或商业革新极大提升了市场生产效率，大规模生产和规模经济又大幅降低了市场生产成本，这使得人类由主要依赖家庭自制食品转向从市场购买食品成为必然。

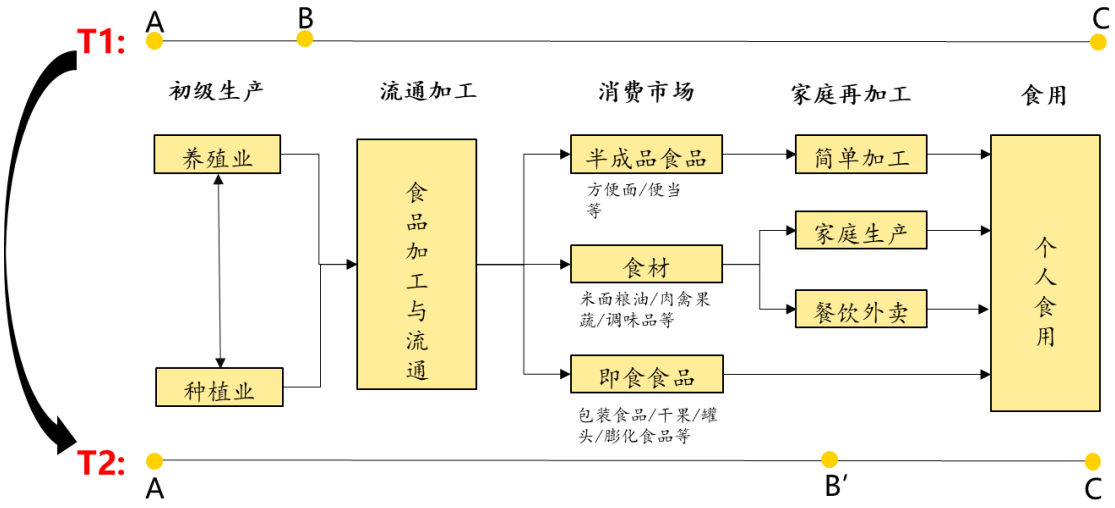

图 4　技术和商业创新促进了家庭自制食品向市场生产食品的转化

资料来源：笔者自制

不断提升的城镇化率。较高的“交易成本”会影响市场生产的相对优势，例如郊区的人外出就餐时间较长，交易成本高，可能更偏向于在家里做饭。近两百年来全球人口城镇化率快速提升，人口和商业活动的聚集显著降低了交易成本。据研究估算[8]，1800 年全球仅有 7.3%的人口居住在城镇区域，1900 年这一比例上升至 16.4%。联合国的人口统计数据表明，1950 年至 2015 年间全球人口城镇化率从 29.6%快速提升至 53.9%（见图 5）。

[8] Klein Goldewijk K, Beusen A, Janssen P. Long-term dynamic modeling of global population and built-up area in a spatially explicit way: HYDE 3.1[J]. The Holocene, 2010, 20(4): 565-573.

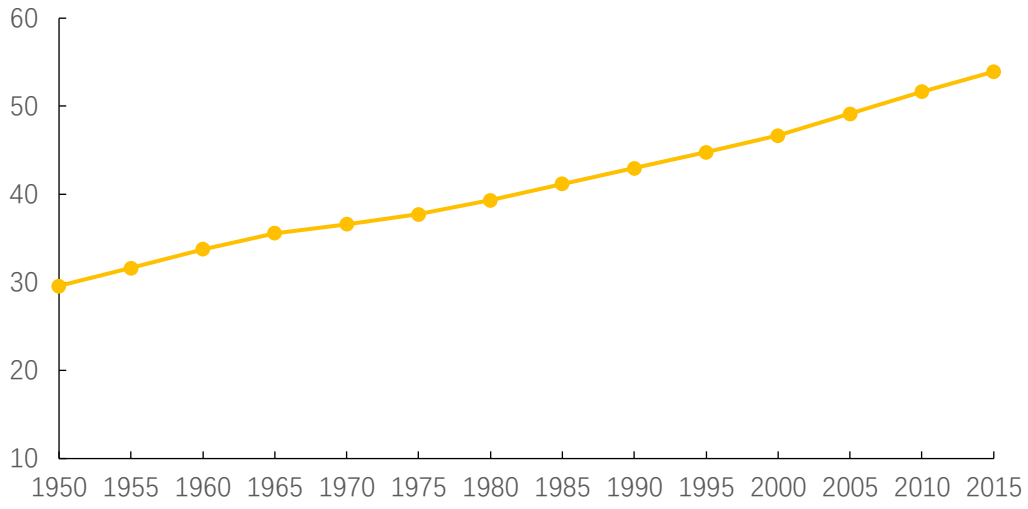

图 5 1950 年以来全球人口城镇化率的变化趋势（%）

数据来源：United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2018). World Urbanization Prospects: The 2018 Revision, Online Edition.

工资率和收入水平提升。实际收入水平上升意味着家庭对市场商品和服务的购买力不断提升。工资率上升则意味着职场员工进行家庭生产的机会成本提升，使得对应的市场替代品更具吸引力。工资率的结构性变化也在促进市场生产对家庭生产的替代。例如，二战以来美国家政工人薪资相对于全行业员工平均薪资的比例经历了持续的下降（见图 6），这意味着普通美国家庭从市场雇佣工人来处理各项家务变得相对便宜了。因此，即便不工作的家庭主妇也会倾向于减少家庭生产，将时间花在其它更有价值的活动上。数据显示，1965-2010 年间美国职场女性每周从事家庭生产的时间减少了 5 小时，而全职家庭主妇减少了 16 个小时[9]。

[9] Bridgman B, Dugan A, Lal M, et al. Accounting for household production in the

此外，不同职业间劳动者工资率的结构性变化激发了不同人群对各自时间进行价值交换的需求，也推动了即时配送等服务业态的发展。

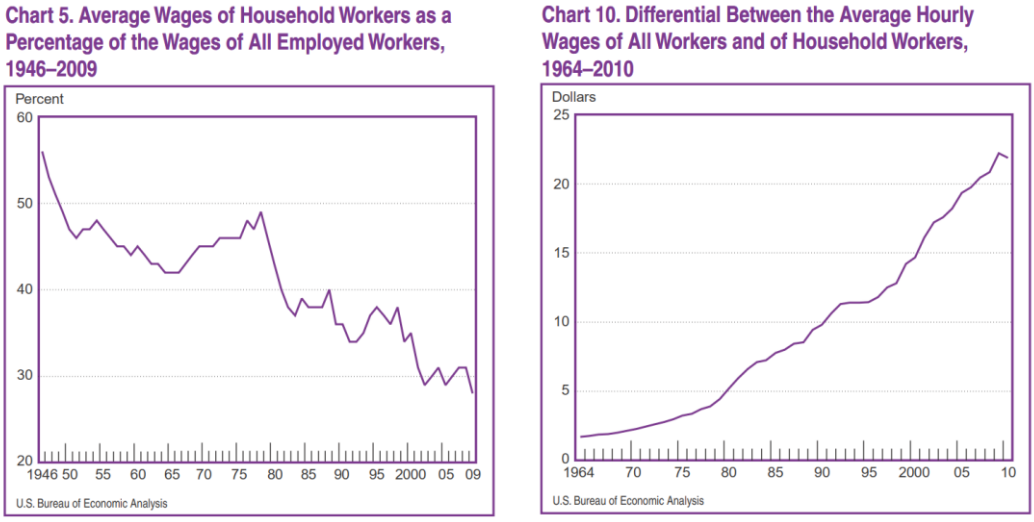

图 6　美国家政工人与全行业职工薪资差异的相对值（左）和绝对值（右）

数据来源：美国经济分析局（BEA）

女性劳动参与率不断提高。20 世纪 60 年代全球兴起了妇女解放运动，职场性别歧视逐步减少，各国生育率逐步下降，更多女性从养育孩子和照顾家庭中逐步解放出来。另一方面，女性与男性的教育水平差异也在收窄，人力资本的趋同进一步减小了女性和男性的收入差距。在上述因素的共同作用下，女性劳动参与率不断提升，大幅减少了女性进行家庭生产的时间。以美国为例，

national accounts, 1965－2010[J]. Survey of current Business, 2012, 92(5): 23-36.

美国女性劳动参与率从 1965 年的 38%上升到 2010 年的 55%，同期美国女性进行家庭生产的时间由平均每周 39.7 小时下降为 26 小时。

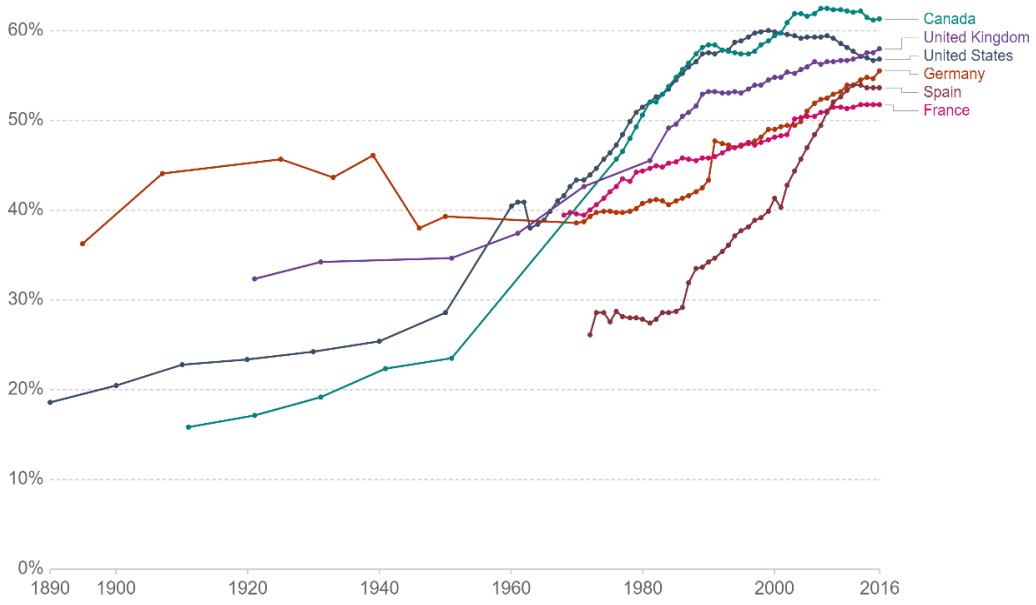

图 7　主要发达经济体女性劳动参与率的变化趋势

资料来源：Our World in Data[10]

家庭规模小型化。过去一百多年来，全球的结婚率和生育率整体呈下降趋势（见图 8 和图 9），使得各国家庭人口规模逐渐缩小（见图 10），削弱了家庭生产的规模效应。另一方面，小家庭也失去了家庭成员专业化分工带来的效率提升。例如，从人均时间和金钱投入看，一人户家庭做一顿饭不如五口之家做一顿饭划算，且部分单身群体尚不掌握烹饪技能。

[10] https://ourworldindata.org/female-labor-force-participation-key-facts

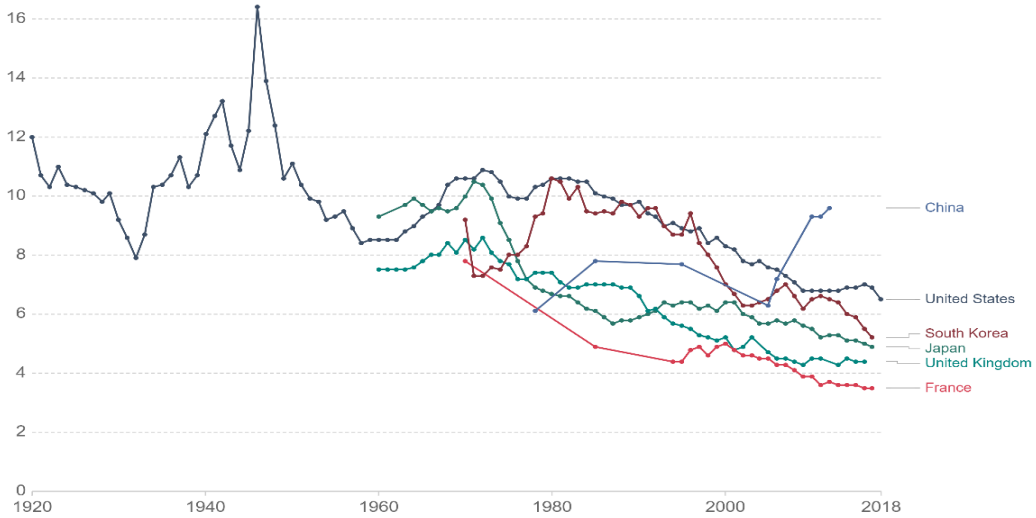

图 8　全球主要经济体居民结婚率的变化趋势（‰）

资料来源：Our World in Data[11]

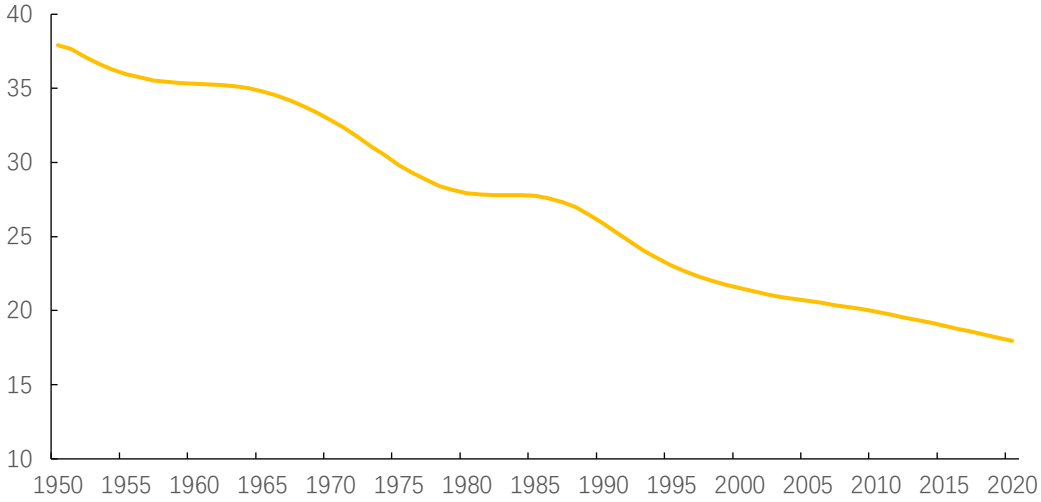

图 9　1950 年以来全球人口出生率变化趋势（‰）

数据来源：联合国经济与社会事务部《世界人口展望 2019》

[11] https://ourworldindata.org/marriages-and-divorces

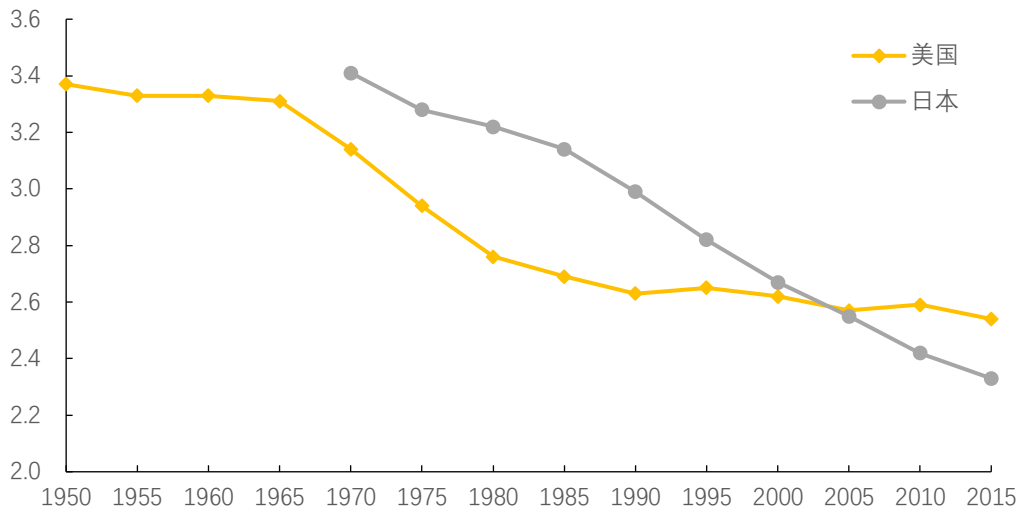

图 10　美国和日本每户家庭人口数量的变化趋势（人/户）

数据来源：美国人口普查局，日本总理府统计局

（二）家电等耐用消费品逐步普及反向作用于家庭生产社会化，但不足以改变大趋势

各类技术创新不同程度地提升了家庭生产效率，其中家电等耐用消费品的普及发挥了重要作用。例如，冰箱、微波炉等家用电器的普及大大减少了家庭制作餐食的时间。“在洗衣服那天，（19 世纪的）妇女先打来足够的水，装满一个大锅，再用煤或木柴加热，然后用手在凹凸不平的搓衣板上洗衣服，洗干净后，用双手拧干，再把衣服挂在晾衣绳上”[12]，而现代家庭只需依靠洗衣机和自来水网络就可以轻松实现衣物的清洗。

[12] 罗伯特·戈登．美国增长的起落[M]．中信出版集团．2018

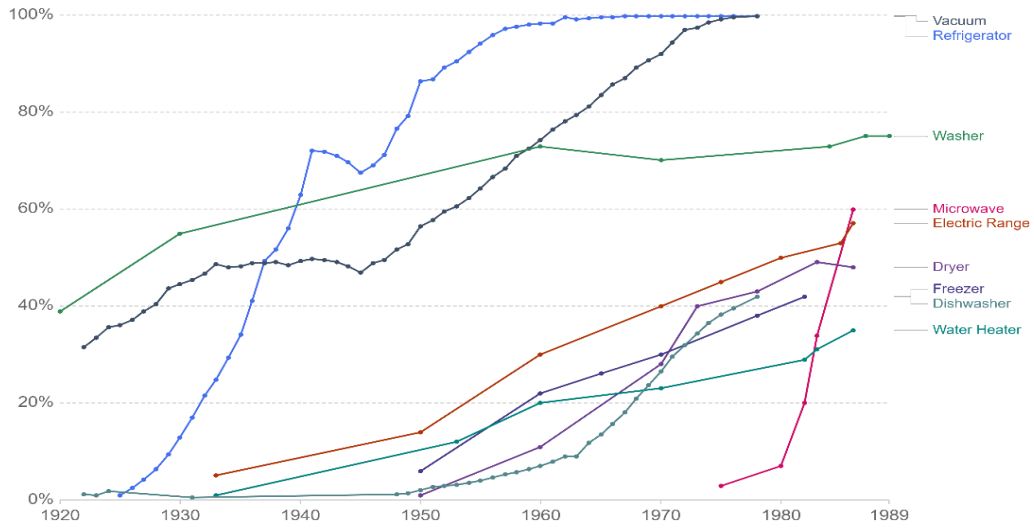

图 11　主要耐用消费品在美国家庭中的普及率

资料来源：Our world in data[13]

（三）不易观测且无法量化的因素

部分因素对家庭生产社会化进程也可产生较大影响，但其变化趋势不易观测且无法量化。例如，个人对闲暇的偏好是影响家庭生产时间的重要变量。享受闲暇和消费最终产品都能给人带来效用。当人们对闲暇的偏好上升时，其对最终产品的需求可能下降，从而同时减少了对商品的需求和家庭生产时间的需求。

个人从两种生产过程本身获得的效用也会影响家庭的选择。例如，不少人喜欢烹饪，可从烹饪这一生产过程本身中获得乐趣。同样，有的人本身能从有酬工作中获得更大的乐趣，从而自发减少家庭生产的时间。

[13] 原始数据来自于：Jeremy Greenwood, Ananth Seshadri and Mehmet Yorukoglu (2005), "Engines of Liberation," Review of Economic Studies, v.72, n.1:109-133

四、家庭生产社会化是促进经济发展和居民消费的重要动力

（一）多重经济社会因素推动我国家庭生产社会化进程

我国同样经历了居民工资率和收入水平快速增长、人口城镇化率快速提升、家庭规模小型化、女性劳动参与率提高等过程（见图 12-14）。国家统计局数据显示，我国城镇居民人均可支配收入由 1980 年的 343 元增长至 2020 年的 43,834 元，人口城镇化率由 1949 年的 10.6%上升至 2020 年的 60.6%，而家庭户均人口规模由 1953 年的 4.36 人下降至 2020 年的 2.62 人。诸如外卖产业、即时配送技术、互联网+、数字经济等技术和商业创新也极大地推动了家庭生产社会化的进程。尽管改革开放后家用电器在我国家庭快速普及（见图 15），提升了家庭生产的效率，但市场生产相对家庭生产的效率和成本优势仍在不断扩大。

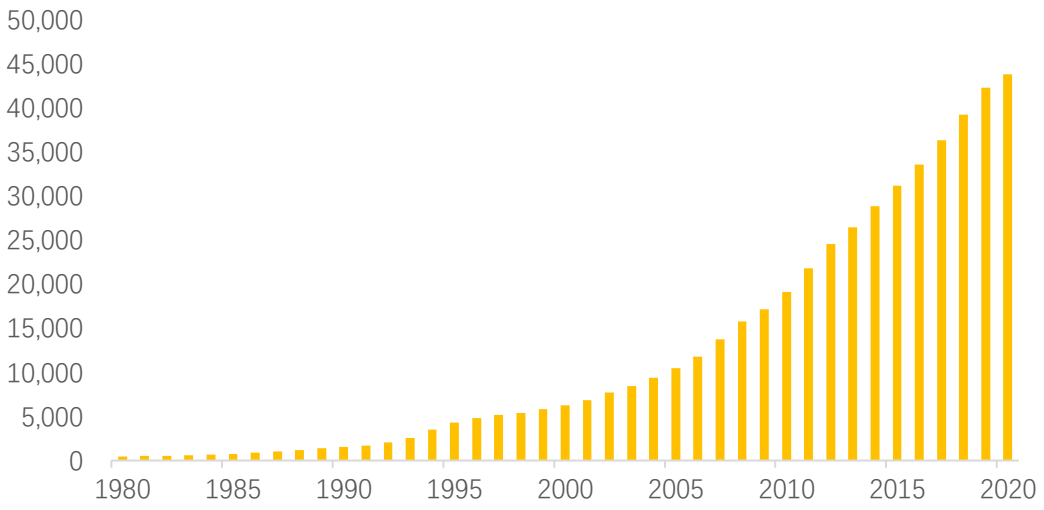

图 12　我国城镇居民家庭人均可支配收入快速增长（元）

资料来源：国家统计局

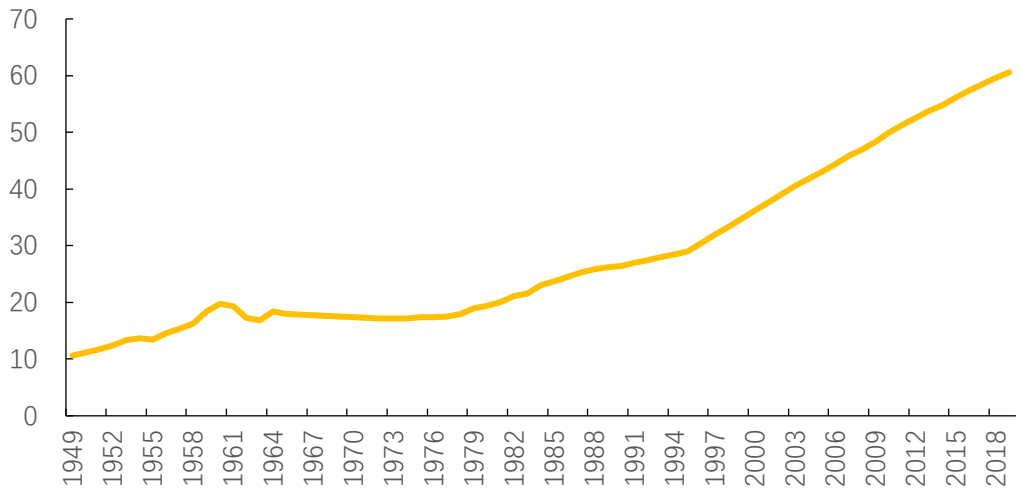

图 13　我国人口城镇化率快速提升（%）

资料来源：国家统计局

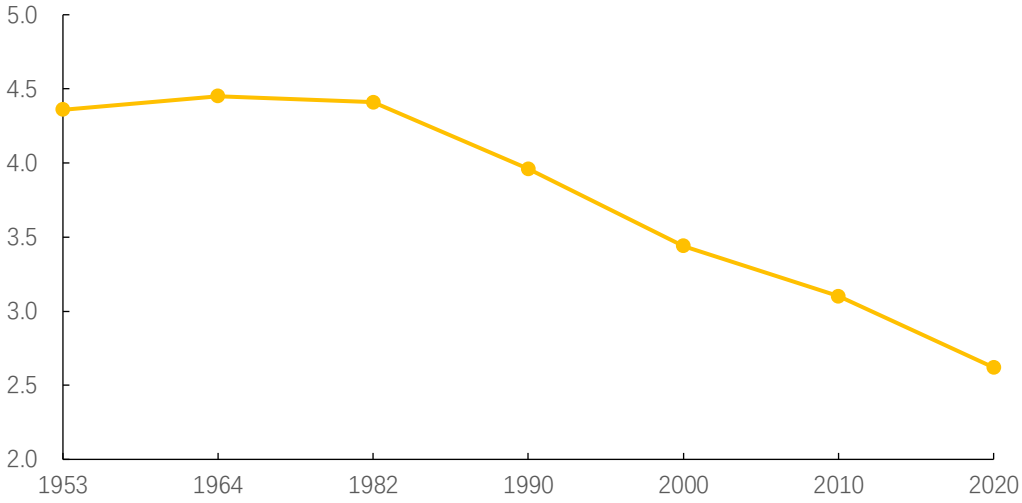

图 14　我国家庭人口规模小型化趋势明显（%）

资料来源：国家统计局

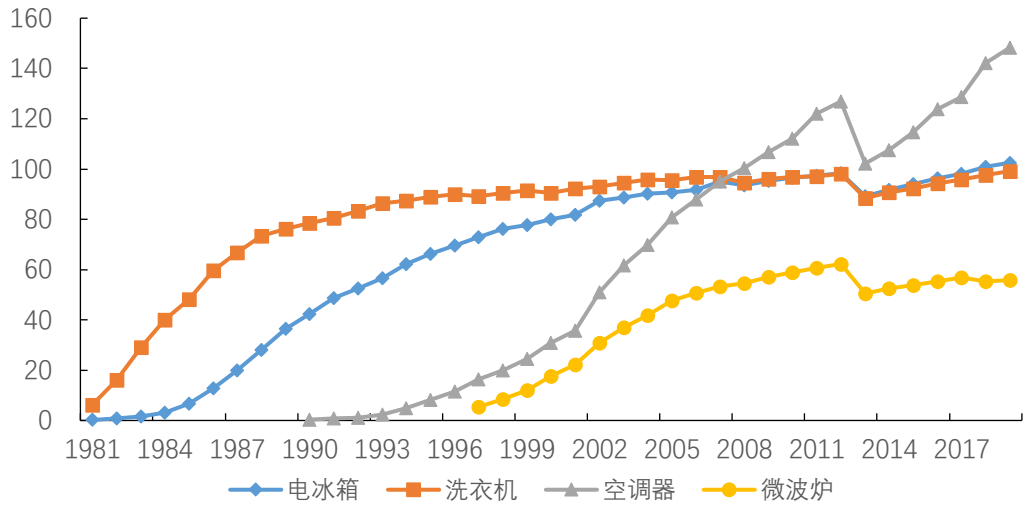

图 15　我国每百户城镇家庭所拥有的耐用消费品数量

资料来源：国家统计局

从三类生活必需品的生产来看，我国服装和住房的家庭生产社会化进程已经基本完成：人们已很少自己缝制服装鞋帽，绝大数人从市场上购买或租赁住房。而在食物制作方面，我国居民还保留着相对较多的家庭生产成分，但是这一领域的家庭生产社会化也在不断推进，具体表现为餐食外部化率[14]的不断提升（见图 16 和图 17）。从数据来看，我国城镇居民人均年度消费支出中在外用餐与饮食消费总量的比值由 1995 年的 9.1%上升至 2012 年的 21.8%。2013-2019 年间，全国居民人均现金消费支出中饮食服务支出与食品烟酒总支出的比值由 16.8%上升至 23.1%。

[14] 参考日本经验，饮食外部化率=餐饮市场规模/(餐饮市场规模+家庭食品饮料总支出)。对于 1995-2012 年，本文用“城镇居民消费年度支出”中“在外用餐”和“食品支出”的比估算饮食外部化率。2013 年后，国家统计局调整了统计口径，因此改用“全国居民人均现金消费支出”中“饮食服务”与“食品烟酒”的比来估算。

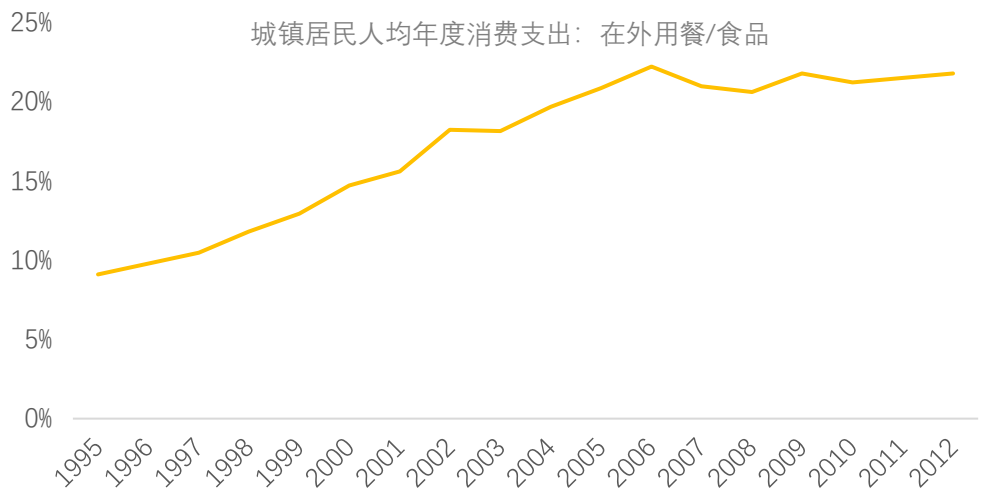

图 16　我国居民餐食外部化率不断提升

资料来源：国家统计局

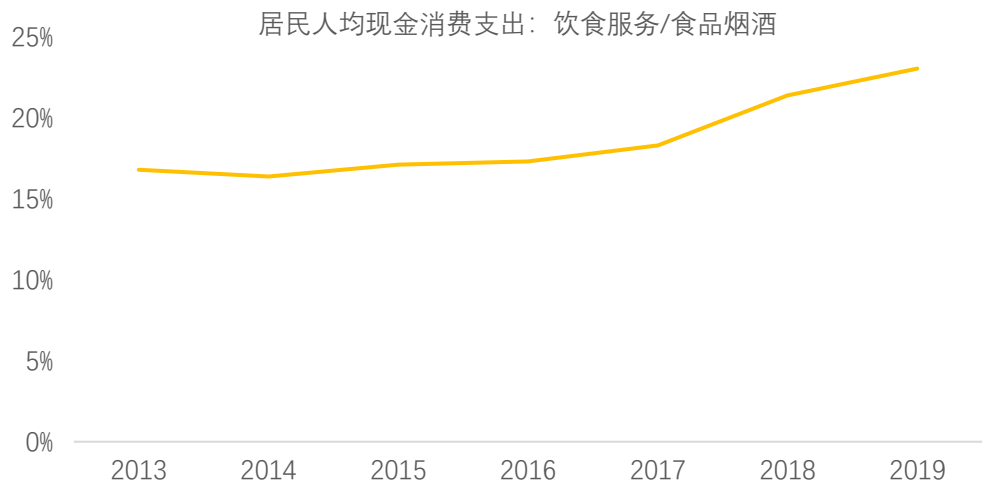

图 17　我国居民餐食外部化率不断提升

资料来源：国家统计局

（二）家庭生产社会化同时创造生产产值和居民消费的增量

家庭生产社会化对促进经济发展有着重要意义。从生产的角

度看，市场生产凭借效率和成本优势取代家庭生产，本身就意味着社会整体能以更低的成本满足人类各项需求，结果是全社会的生产效率得到了提高。此外，由于家庭生产创造的价值不被核算[15]，家庭无酬劳动转化为市场有酬劳动的结果直接表现为国民生产总值的增长。

从消费的角度看，家庭生产社会化亦是创造居民消费增量的重要动力。

一方面，为了获得同样多的最终产品，家庭生产的减少意味着必须增加市场商品（或服务）的消费。由于家庭自制产品（或服务）不存在交易行为，市场商品（或服务）代替家庭自制产品（或服务）的结果表现为居民消费的增长。目前我国餐食准备、看护老人、照顾小孩等服务正从家庭生产逐步向市场生产过渡，这将直接创造巨大的消费增量，促进餐饮外卖、养老托幼等新兴产业的增长，由此也能创造大量就业机会。以餐饮业为例，改革开放之前，我国餐饮的市场化供给十分匮乏，居民日常餐饮需求基本由家庭或单位生产提供。随着改革的日益深入，尤其是 1992 年以来中国特色社会主义市场经济体制逐步确立，个体户、民营

[15] 按照国家统计局的定义，GDP 是指按国家市场价格计算的一个国家（或地区）所有常驻单位在一定时期内生产活动的最终成果。其核算的生产范围包括三个部分：第一，生产者提供或准备提供给其他单位的货物和服务的生产；第二，生产者用于自身最终消费或资本形成的所有货物的自给性生产；第三，自有住房拥有者为自己最终消费提供的自有住房服务，以及付酬的自给性家庭服务生产。GDP 对生产活动的核算范围不包括不支付报酬的自给性家庭服务、没有单位控制的自然活动（如野生的、未经培育的森林、野果或野浆果的自然生长，公海中鱼类数量的自然增长）以及部分“未观测经济”等。

企业等餐饮市场主体的活力全面释放，工业化生产、连锁经营和品牌化逐渐成为餐饮业的发展方向，餐饮消费转而以节庆、宴会、商务宴请等形态为主，餐饮生产社会化的进程不断推进。而近十年来，社会生活节奏不断加快，大众化餐饮的需求日益增长。连锁餐饮、轻快餐、外卖等餐饮业态不断发展，以 LBS 为代表的数字技术日臻成熟，都使得人们“一日三餐”中市场生产的份额不断提升，从而为人们创造了更多的闲暇。

另一方面，家庭本身兼具消费者和生产者的属性。当家庭减少了作为生产者的属性，就有更多机会成为不同领域的消费者。家庭成员（特别是女性）因家庭生产社会化的发展得以从繁重的家务活动中解放出来，进而有更多时间接受教育或从事文娱体育活动，培养兴趣爱好，也催生了各类新型消费、文化消费的兴起。

因此，推动家庭生产社会化可同时创造生产和消费的增量，成为促进经济发展和扩大居民消费的重要途径。这需要我们不断鼓励技术革新和商业模式创新以扩大市场生产的成本优势，为消费者提供更加多元化的产品和服务；继续推进城镇化进程，促进农村人口向城市转移以提高生活水平，同时也增加潜在交易机会，降低交易成本；提高居民收入水平，改善居民收入分配结构；减少劳动力市场中的性别歧视，保障妇女劳动权益。

（美团研究院　周海伟　厉基巍）